

NUORET SEURAKUNTAVIESTINNÄN HAASTEENA

Nuorten aikuisten kokemuksia ja näkemyksiä Turun Mikaelinseurakunnan viestinnästä

Lotta Numminen

Vivi Wihanto

Opinnäytetyö, syksy 2009

Diakonia-ammattikorkeakoulu

Turun toimipaikka

Viestinnän koulutusohjelma

Medianomi (AMK)

TIIVISTELMÄ

Lotta Numminen & Vivi Wihanto. Nuoret seurakuntaviestinnän haasteena. Nuorten aikuisten kokemuksia ja näkemyksiä Turun Mikaelinseurakunnan viestinnästä. Turku, syksy 2009, 70 s., 2 liitettä.

Diakonia-ammattikorkeakoulu, Turun toimipaikka, Viestinnän koulutusohjelma, medianomi (AMK).

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää Turun Mikaelinseurakunnan nuorille aikuisille suunnatun viestinnän nykytilaa, tavoitteita ja kehittämiskäsitteitä. Tarkoituksena oli selvittää, millä viestinnän keinoilla nuoret aikuiset toivovat seurakunnan lähestyvän heitä ja millaista toimintaa he toivovat seurakunnan järjestävän kohderyhmälle. Myös sitä tutkittiin, miten seurakunta on aikaisemmin tavoittanut nuoret aikuiset ja miten viestintä on heidän keskuudessaan otettu vastaan.

Tutkielma perustuu seurakunnan nuorille aikuisille tehtyyn kyselytutkimukseen ja ryhmähaastatteluihin. Tutkimusta varten järjestettiin kaksi ryhmähaastattelua: toisessa kohderyhmänä olivat aktiiviset seurakuntalaiset ja toisessa vähemmän seurakunnan toiminnassa mukana olevat nuoret aikuiset. Tutkimuskyselyyn vastasi 175 henkilöä, ja ryhmähaastatteluihin osallistui kuusi henkilöä.

Tutkimustulosten mukaan Mikaelinseurakunnan nuoret aikuiset jäsenet pitävät seurakunnan viestintää tarpeellisena ja siihen tulee panostaa myös tulevaisuudessa. Postitse kotiin lähetettävät kutsut ovat hyvä keino seurakuntalaisten tavoittamiseen, ja jatkossa toiminnasta kannattaa tiedottaa myös sähköpostilla. Tapahtumista tiedottamista voisi lisätä esimerkiksi säännöllisesti väliajoin kotiin lähetettävillä kirjeillä tai sähköposteilla.

Seurakunnan omien internetsivujen kehittäminen nousi myös esiin tutkimuksessa. Yhtenä esimerkkinä mainittiin muun muassa työntekijöiden esittely verkossa sekä heidän pitämänsä blogit. Myös sosiaalisissa medioissa, esimerkiksi Facebookissa, mukana oleminen koettiin tärkeäksi. Mikaelinseurakunta on järjestänyt jo useamman vuoden ajan nuorille aikuisille suunnattuja tapahtumia, ja vastaajat toivoivat niiden jatkumista tulevaisuudessakin. Seurakuntalehti Mikaelilaisen jakaminen ilmaiseksi kaikkiin seurakunnan alueen talouksiin koettiin myös tärkeäksi.

Asiasanat: kirkon viestintä, seurakunnan viestintä, nuoret aikuiset, kristillinen yhteisöviestintä, Kirkko-tutkimusohjelma, Mikaelinseurakunta.

ABSTRACT

Lotta Numminen & Vivi Wihanto. Young adults - A challenge for parish communications. Experiences and views of young adults about communications of the Michael's parish in Turku. Turku, Fall 2009, 70 p., 2 appendices.

Diaconia University of Applied Sciences, Turku Unit, Degree Programme in Communication and Media.

The aim of the study was to clarify the present state, the goals and the development of communications directed to young adults in the Michael's parish in Turku. The meaning is to clarify in which ways of communications the young adults hope the Michael's parish would approach them and what kind of activities the young adults hope the parish would arrange for their target audience. It was studied how the Michael's parish has reached young adults before and how the communications have been received amongst them.

The study is based on group interviews and a survey on the young adults in the Michael's parish in Turku. Two group interviews were arranged for the study. In the other group the young adults were active members of the Michael's parish. In the other group the young adults were less active members of the parish. The total of 175 persons participated in our survey and six people took part in the group interviews.

According to the research the young adults in the Michael's parish in Turku believe that well functioning communications are important and the parish should also invest in it in the future. Sending invitations by mail would be a good way to reach the members of the parish. Furthermore, it would be good to inform the members of the parish by e-mail. It would also be good to inform the members of the parish about different activities regularly by letters or e-mail.

The development of the parish's website also emerged in our study. The areas to be developed, was introducing the employees of the parish online, as well as including a blog into the website. In addition, it was considered important that the Michael's parish would take part in the social media like for example Facebook. The Michael's parish in Turku has arranged activities for young adults for a number of years and the people who took part in our survey hope that there will be a number of activities in the future also. The participants also felt it is important that the Michael's parish's own magazine would be distributed to every household in the parish's area for free.

Keywords: church's communications, parish's communications, young adults, communications in Christian communities, Kirkko -research program, Michael's parish.

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	6
2 YHTEISÖViestintä	8
2.1 Yhteisöviestinnän tehtävät ja tavoitteet	8
2.2 Kristillinen yhteisöviestintä	9
2.3 Viestintä Suomen evankelis-luterilaisessa kirkossa	12
2.4 Viestintä Turun ja Kaarinan seurakuntayhtymässä	14
3 NUORTEN AIKUISTEN SUHDE KIRKKOON	17
4 MIKAELINSEURAKUNTA	19
4.1 Seurakunnan viestintä	19
4.2. Nuorille aikuisille suunnattu toiminta	22
5 AINEISTO JA TUTKIMUSMENETELMÄT	24
5.1 Kyselylomake Mikaelinseurakunnan nuorille aikuisille	24
5.2 Ryhmähaastattelu pienryhmissä	25
6 KYSELYN TULOKSET	27
6.1 Kyselyn vastaajaprofiili ja seurakunnan viestinnän tärkeys	27
6.2 Seurakunnan julkisuuskuva	36
6.3 Seurakunnan viestintäkanavat ja niiden tarpeellisuus	38
6.4 Seurakunnan nuorille suunnattu toiminta	43
6.5 Seurakunnan ilmaisjakelulehti Mikaelilainen	45
7 RYHMÄHAASTATTELUN TULOKSET	47
7.1 Aktiivisten ryhmä	47
7.1.1 Kirjeellä, sähköpostilla tai tekstiviestillä lähestyminen	47
7.1.2 Seurakunnan internet-sivut	48
7.1.3 Seurakunnan näkyminen julkisissa tiloissa	49
7.1.4 Toiminnasta tiedottaminen	50
7.1.5 Seurakunta sosiaalisessa mediassa	50

7.1.6 Seurakunnan ilmaisjakelulehti Mikaelilainen	51
7.2 Ei-aktiivisten ryhmä	51
7.2.1 Kirjeellä, sähköpostilla tai tekstiviestillä lähestyminen	52
7.2.2 Seurakunnan internet-sivut	53
7.2.3 Seurakunnan näkyminen julkisissa tiloissa	54
7.2.4 Toiminnasta tiedottaminen	54
7.2.5 Seurakunta sosiaalisessa mediassa	55
7.2.6 Seurakunnan ilmaisjakelulehti Mikaelilainen	55
8 TUOTEOSA: SEURAKUNTALEHTI MIKAELILAINEN	57
9 EHDOTUKSET MIKAELINSEURAKUNNAN VIESTINNÄN KEHITTÄMISEKSI	59
LÄHTEET	63
LIITTEET	67
LIITE 1: Turun ja Kaarinan seurakuntayhtymän viestintästrategia	
LIITE 2: Kyselylomake Mikaelinseurakunnan nuorille aikuisille	

1 JOHDANTO

Nuoret ja nuoret aikuiset ovat ryhmä, johon kirkko haluaa panostaa ja jonka tavoittaminen viestinnän kautta koetaan tärkeäksi. Tarkastelemme opinnäytetyössämme Mikaelinseurakunnan nuorille aikuisille suunnattua viestintää, sen nykytilaa, tavoitteita ja kehittämiskäsitteitä. Selvitämme, miten nuoret aikuiset haluaisivat seurakunnan lähestyvän heitä, millaista toimintaa he toivovat seurakunnan järjestävän kohderyhmälle ja millainen seurakunnan julkisuuskuva on nuorten aikuisten keskuudessa. Halusimme kartoittaa Mikaelinseurakunnan nykyisiä viestintäkanavia ja niiden tarpeellisuutta, ja etsiä samalla uusia tapoja viestiä nuorille aikuisille. Olimme kiinnostuneita siitä, mitä nuoret aikuiset odottavat seurakunnan toiminnalta ja millaisia mielipiteitä heillä on Mikaelinseurakunnan omasta ilmaisjakelulehdestä Mikaelilaisesta. Halusimme kartoittaa myös sosiaalisen median ja internetin mahdollisuuksia seurakunnan viestinnässä.

Koimme seurakuntaviestinnän mielenkiintoiseksi aihepiiriksi ja itseämme lähellä olevaksi. Olemme tehneet yhteistyötä tutkimuskohteena olevan Mikaelinseurakunnan kanssa aikaisemmin, jolloin olimme mukana työryhmässä, joka teki seurakuntalehti Mikaelilaista. Meistä toisella on omakohtaisia kokemuksia työskentelystä Turun ja Kaarinan seurakuntayhtymän tiedotustoimistossa harjoittelijana ja kesätiedottajana. Seurakuntayhtymä ja sen viestintä ovat hänelle siksi tuttuja.

Mikaelinseurakunta on ollut aktiivinen nuorille aikuisille suunnatussa toiminnassa. Ensimmäiset heille suunnatut tapahtumat järjestettiin vuonna 2004, jonka jälkeen on järjestetty esimerkiksi teatteri-iltoja. Seurakunta on pitänyt tähän asti yhteyttä nuoriin aikuisiinsa lähinnä kotiin postitse lähetettävillä kirjeillä. Halusimme kuitenkin lähteä selvittämään, millaisia uusia tapoja seurakunta voisi käyttää nuorten aikuisten tavoittamiseen. Seurakunta on myös aktiivinen viestinnässään ja mediasuhteissaan. Mikaelinseurakunnan kirkkoherra Jouni Lehikoinen on tunnettu esiintymisistään paikallislehtien sivuilla ja myös valtakunnan medioissa, esimerkiksi turvapaikanhakijoiden suojeluun liittyvien asioiden yhteydessä. Seurakunta siis on jo lähtökohdiltaan tunnettu ja aktiivinen nuorten aikuisten toimintaan liittyvissä asioissa.

Opinnäytetyömme koostuu 20–30-vuotiaille nuorille aikuisille lähetetystä kyselystä sekä kahdesta ryhmähaastattelusta. Mikaelinseurakunta käyttää edellä mainittua ikä-

ryhmää omassa nuorille aikuisille suunnatussa viestinnässään, jonka takia valitsimme nämä raja-arvot myös tutkimukseemme. Opinnäytetyömme tuoteosana teimme Mikaelinseurakunnan marraskuussa 2009 ilmestyvän Mikaelilainen-lehden, joka jaetaan kaikkiin seurakunnan alueen talouksiin. Kyselyn ja ryhmähaastatteluiden yhtenä tavoitteena oli selvittää, mitä nuoret haluavat lukea lehdestä ja kerätä lehteen sopivia juttuaiheita. Näitä tuloksia käytimme lehden aiheiden ideoinnissa.

Kristillisten yhteisöjen viestintää ei ole aiemmin juurikaan tutkittu, mutta aihe koetaan kuitenkin tärkeäksi seurakunnissa. Tutkimuksestamme on hyötyä seurakuntien viestinnän suunnittelussa ja kehittämisessä.

Käymme työssämme läpi ensin yhteisöviestintää, sisältäen yhteisöviestinnän tehtävät ja tavoitteet, kristillisen yhteisöviestinnän, viestinnän Suomen evankelis-luterilaisessa kirkossa ja viestinnän Turun ja Kaarinan seurakuntayhtymässä. Perehdymme kolmannessa luvussa nuorten aikuisten kirkkosuhteeseen ja neljännessä esittelemme Mikaelinseurakunnan, sen viestintää ja nuorille aikuisille suunnattua toimintaa. Loppuosa käsittelee työmme aineistoa, tutkimusmenetelmiä ja tuloksia.

2 YHTEISÖViestintä

Taisto Lehtikosken (2006, 243–247) mukaan ensimmäinen asia yhteisön viestinnän suunnittelussa on viestintäsuunnitelman laatiminen. Lehtikoinen pitää viestinnän kulmakivenä perusinformoinnin kuntoon laittamista, toinen tärkeä asia on internet-näkyvyyden kuntoon laittaminen. Tapahtumista tiedottaminen medialle on suhteellisen helppo keino saada näkyvyyttä paikallismediassa. Seurakunnan työntekijöitä tulee kouluttaa nykyaikaisen viestinnän ja median periaatteista. Pienessäkin yhteisössä viestintä- ja mediakysymykset tulee suunnitella osaksi jonkun työntekijän työnkuvaa. Myös työyhteisön sisäisen viestinnän käytännöt tulisi olla kunnossa. Pienemmissä yhteisöissä tärkein viestintämuoto on sanoman välittäminen ihmiseltä ihmiselle, kasvotusten. Yhteisön tulee osallistua yleiseen mediakeskusteluun, joka tarkoittaa medialle tarjottuja uutisia sekä yhteydenottoja toimittajiin.

2.1 Yhteisöviestinnän tehtävät ja tavoitteet

Viestintä auttaa yhteisöä saavuttamaan tavoitteensa, sen avulla rakennetaan yhteisökuva ja varmistetaan vuorovaikutteinen tiedonvälitys. Yhteisössä viestintä on suunniteltua ja johdettua ammattilaisten toimintaa, jolla on tavoitteita. Onnistunut yhteisöviestintä tukee yhteisön toimintaa ja antaa siitä oikean mielikuvan. (Siukosaari 1999, 11.)

Elisa Juholinin (2001, 39) mukaan viestinnän tehtävät voidaan pelkistää jakaa kuuteen pääkategoriaan, kun niitä määritetään organisaatiossa:

1. yhteisökuvaan tai yhteisön maineeseen (profilointi),
2. tiedonkulkuun eli siihen, että ihmiset saavat tarvitsemansa tiedon tai se on helposti saatavilla ja esitettävissä,
3. kuunteluun ja vuoropuheluun henkilöstöryhmien ja sidosryhmien kesken,
4. vaikuttamiseen kumpaankin suuntaan: yhteisö vaikuttaa ympäristöönsä ja ympäristö vaikuttaa yhteisöön,
5. tuotteiden ja palveluiden kiinnostavuuteen (markkinointiviestintä),
6. sisäiseen ja ulkoiseen luotaukseen sekä toimintaympäristön seurantaan.

Siukosaaren (199, 20–23) mukaan viestinnän tulee olla johdettua ja suunnitelmallista toimintaa. Viestintästrategia nojaa toimintastrategiaan ja tukee sen toteutumista. Hyvästä viestinnän vuosisuunnitelmasta löytyvät tietyt asiat, kuten tavoitteet, keinot, aikataulut, toteuttajat ja kustannukset.

Viestintä on mukana rakentamassa yhteisön yhteisökuva eli mielikuvaa yhteisöstä. Jos yhteisö on tunnettu, sen henkilöihin ja palveluihin suhtaudutaan myönteisesti, toisin kuin outoon ja tuntemattomaan yhteisöön. (Siukosaari 199, 30.) Kuva yhteisöstä vahvistuu sitä mukaa mitä tunnetumpi se on. Yhteisökuva palvelee yhteisöä. Yhteisökuvan tulisi olla oikea, selkeä, avoin ja uskottava. Yhteisökuva motivoi työntekijöitä, auttaa rekrytoinnissa ja auttaa yritystä erottumaan edukseen kilpailijoista. (Siukosaari 199, 38–39.) Yhteisöviestinnän tuloksia on vaikea arvioida, sillä esimerkiksi tuloksen rahallista arvoa on vaikea mitata. Viestintäyksikön tuloksia ei myöskään ole helppo vertailla muiden yksiköiden tuloksiin yhteisön sisällä. (Siukosaari 199, 31–32.) Hyvä keino arvioida tuloksia on verrata niitä asetettuihin tavoitteisiin. Tavoitteita voivat olla myönteiset muutokset tiedon tasossa, asenteissa, työmotivaatiossa, yhteisöön sitoutuneisuudessa, asiakkaiden tyytyväisyydessä ja käyttäytymisessä. (Siukosaari 199, 34.) Yhteisön menestymiseen kuitenkin vaikuttavat monet eri tekijät, joten yhteisökuvan osuutta menestymiseen on hyvin vaikea arvioida.

2.2 Kristillinen yhteisöviestintä

Taisto Lehikoisen mukaan kristillinen viestintä teologisesta katsantokannasta on pelastuksesta kertomista viestinnän keinoin. Kristillinen yhteisöviestintä on yhteisölähtöistä ja perustuu yhteisön teologiaan, traditioon, resursseihin ja viestintäkäytäntöihin. Viestintä uudistaa yhteisöä, tuottaa laajentuman, eli laajempien joukkojen sitoutumisen tai ainakin lisää yhteisön tunnettavuutta. Länsimaissa kristillinen aktiivisuus on vähäistä, joten yhteisöt saavuttavat aina median avulla suuremman joukon ihmisiä kuin esimerkiksi järjestämissään tilaisuuksissa. (Lehikoinen 2006, 86–88.)

Lehikoisen (2006, 89) mukaan viestinnän lähtökohtana voidaan pitää Jeesuksen antamaa lähetyskäskyä ja hän viittaa Raamatun kohtaan (Matt 28: 19–20), jossa kehoitetaan menemään ja tekemään opetuslapsia kaikkialla maailmassa ja opettamaan heitä pitämään Jeesuksen käskyt. Väitöskirjassaan *Religious Media Theory* Taisto Lehikoinen

pitää mediaa soveltuvana kristillisten sanomien välittämiseen ja media myös tarjoaa väylän suuren yleisön luokse. Tulevaisuudessa uskonto tulee olemaan yhä enemmän tekemisissä teknologian kanssa esimerkiksi virtuaaliyhteisöjen muodossa. (Lehikoinen, 2003.)

Valtamediat kilpailevat yhä enemmän ihmisten ajasta ja arvoista, joten myös kristillisille yhteisöille media on yhä tärkeämpää. Mediaa on siis kehitettävä monimuotoisesti, jotta ihmisiin saadaan yhteys. (Lehikoinen 2006, 122.) Seurakunnat ja seurakuntalaiset voivat olla hyvin hajallaan toisistaan, mikä tuo haasteita kristilliseen viestintään ja suhteiden hoitaminen vaatii jatkuvaa panostusta (Mustonen 2008, 33). Hengellisyys tuo seurakunnissa tehtävään viestintätööhön herkän ja koskettavan puolensa, joka vaatii paljon viestinnältä. Työ on vaihtelevaa ja monipuolista, mikä toisaalta tuo suuren työmäärän ja vaikeuden rajata työtä. Viestinnän työnkuvat ja odotukset vaihtelevat eri seurakunnissa paljon toisistaan. Viestintää hoitava saattaa saada vastuulleen kaikki aihepiiriin liittyvät tehtävät, tai viestintää hoitavalla henkilöllä voi olla vastuullaan muitakin kuin viestinnällisiä tehtäviä. Suuri osa viestintäammattilaisen työstä seurakunnissa on näkymätöntä ja työ nähdään usein vain erilaisten viestintämateriaalien tuottamisena. Tiedottajan näkymätöntä työtä on esimerkiksi viestinnän kulun koordinointi, juttuaiheiden myyminen toimittajille ja tausta-aineiston kerääminen. Viestinnän toimintakulttuuri muuttuu uudistuvan teknologian myötä jatkuvasti ja myös se tuottaa näkymätöntä työtä. (Kirkon viestintäammattilaiset 2009, 3.)

Tiedotusalan ammattijärjestön julkaisemassa Kirkon viestintäammattilaiset -julkaisussa todetaan, että seurakunnan työntekijöiden tulisi tiedostaa viestinnän eri tehtävät yhteisössä. Viestinnän ammattilaiselta taas odotetaan niistä näkemystä, kokemusta ja osaamista. Viestinnän ammattilaisen tehtävä on erityisesti strateginen suunnittelu ja viestinnän johtaminen. Hän luo viestinnän puitteet ja viestinnän kulttuurin muille seurakunnan työntekijöille. Viestintä tukee seurakunnan tavoitteiden toteutumista. Jotta viestintä osataan ottaa huomioon tärkeissä päätöksissä, tulisi tiedottajan olla johtoryhmän jäsen tai hänellä pitäisi olla oikeus osallistua kokouksiin asiantuntijana. (Kirkon viestintäammattilaiset 2009, 4.)

Minna Mustonen (2008, 23–24) on opinnäytetyössään tutkinut kristillisten yhteisöjen viestintää viiden teemahaastattelun avulla. Haastateltavat kertoivat, ettei yhteisön vies-

tintä ole kovin suunnitelmallista johtuen erilaisista juhlista ja tapahtumista, jotka vaikuttavat tiedotustoimintaan voimakkaasti. Tapahtumista tiedottaminen on yksi painopisteistä päivittäisviestinnässä. Yhteisöissä pyritään tiedottamaan myös keskeisiin elämänskysymyksiin liittyvistä asioista. Haastateltavien mukaan suuri yleisö pyritään tavoittamaan pääosin tiedotusvälineille lähetettävien tiedotteiden kautta ja lehtiin läpimenneet tiedotteet koettiin tärkeimmäksi keinoksi tavoittaa suurta yleisöä.

Mustosen (2008, 24, 27) haastateltavat mainitsivat tärkeimmäksi yhteisöviestinnän keinoksi oman seurakuntalehden. Haastateltavat kokivat oman viestin perillemenon jäävän heikoksi ja yksipuoliseksi, jos se on vain massaviestimien armoilla. Omat julkaisut koettiin keinoksi vaikuttaa siihen mitä yhteisöstä sanotaan ja ajatellaan. Myös Taisto Lehikoinen (2006, 95) pitää seurakuntalehtiä yhtenä kirkon viestintäjärjestelmän tärkeimpänä osana, ja sitä tukevat hänen mukaansa myös lukijatutkimukset. Ne osoittavat, että seurakuntalehtiä luetaan paljon.

Median kautta kristillisillä yhteisöillä on mahdollisuus päästä ihmisten yksityiseen tietoisuuteen, kuten työpaikoille, automatkoille ja koteihin. Median avulla uskonto voi ulottua sinne, mistä maallistuminen on vienyt kristillisen vaikutuksen ja määritellyt uskon yksilön yksityiseksi asiaksi. Näin kristilliset yhteisöt voivat pyrkiä vaikuttamaan myös lainsäätäjiin ja kulttuurielämään. Lehikoisen mukaan kristillinen media on reaktio, jolla kirkot pyrkivät pitämään yhteyttä loitontuneisiin jäseniinsä. Kristillinen media on lääke ja vastaus, eikä sairaus tai ongelma. (Lehikoinen 2006, 82–83.)

Minna Mustosen haastattelemat viestinnän ammattilaiset kokivat profiloinnin yhdeksi tärkeimmistä yhteisönsä viestinnän tehtävistä. Tärkeänä profiloinnin tehtävänä koettiin ihmisten jumaltietoisuuden nostaminen ja kristillisen elämään liittyvien asioiden tekeminen helposti lähestyttäväksi ja ymmärrettäväksi. Haastateltavien mukaan kristillisen viestinnän tehtävä ei niinkään ole julistustehtävä, vaan tiedon pakkaaminen sellaiseen muotoon, että se tavoittaa yleisönsä. Vaikka varsinaisesti evankeliumia ei yhteisöstä lähteivissä viesteissä kerrottaisikaan, täytyisi sen haastateltavien mukaan kuitenkin näkyä viesteissä. (Mustonen 2008, 32–35.)

2.3 Viestintä Suomen evankelis-luterilaisessa kirkossa

Suomen evankelis-luterilaisen kirkon viimeisin viestintästrategia, *Vuoropuhelun kirkko*, julkaistiin vuonna 2004. Strategia ulottuu vuoteen 2010 asti, samoin kuin vuonna 2003 julkaistu kirkon toimintastrategia, *Läsnäolon kirkko*. Viestintästrategian ei ole tarkoitus kertoa vaatimuksia ja sääntöjä, vaan se on enemmänkin apuväline uusien ajatusten herättämiseen ja rohkaisevaan keskusteluun. Viestintästrategia on tarkoitettu kaikille kirkollista työtä tekeville tahoille, muun muassa työntekijöille, luottamushenkilöille ja vapaaehtoisille. (Vuoropuhelun kirkko 2004, 4–5.) Kirkossa on myös aiemmin tehty vastaavanlaisia viestintästrategioita. Ensimmäinen julkaistiin vuonna 1992, ja se kantoi nimeä *Kommunikoivaan kirkkoon: Kirkollisen viestinnän periaate- ja ideaohjelma*. Nykyinen viestintästrategia, *Vuoropuhelun kirkko*, julkaistiin tämän ensimmäisen viestintästrategian jälkeen. (Honkasalo, henkilökohtainen tiedonanto, 6.10.2009.) Tämän jälkeen kirkko saa kokonaan uuden strategiansa, jota kutsutaan nimellä *Meidän kirkko – osallisuuden yhteisö*. Se tulee ulottumaan vuoteen 2015 asti, ja siinä viestintä lasketaan osaksi kirkon ydintoimintaa. Tulevaisuudessa kirkon viestinnästä ei siis tehdä enää erillistä strategiaa. (Kirkon tiedotuskeskus.)

Viestintästrategian mukaan jokaisella seurakuntayhtymällä tulisi olla oma viestintävastaavansa, jotta kirkon viestintästrategia toteutuisi. Myös jokaisella yksittäisellä seurakunnalla tulisi olla oma nimetty työntekijä, joka hoitaa seurakunnan ulkoista ja sisäistä viestintää. Mikäli viestintävastaavan tehtävää ei ole mahdollista hoitaa kokoaikaisena, viestinnän suunnitteluun ja toteuttamiseen varattava työpanos pitää määritellä erikseen. Viestintävastaavan pitää huolehtia siitä, että hän saa tarpeeksi koulutusta viestintäosaamisensa päivittämiseen. Yhteydenpito oman alueen ja kirkon viestintäammattilaisiin kuuluu myös hänen tehtäviinsä. (Vuoropuhelun kirkko 2004, 27–28, 32.)

Viestintästrategian (Vuoropuhelun kirkko 2004, 32) mukaan seurakunnan vastuuhenkilön tehtävänä on

- varmistaa, että seurakunnan tai seurakuntayhtymän viestintästrategiset linjaukset syntyvät osana yleistä toimintasuunnittelua,
- kehittää malleja, joiden avulla eri projektien, prosessien ja toimintamuotojen vastuuhenkilöt voivat toteuttaa niihin liittyviä viestintäsuunnitelmia,

- varmistaa, että koko henkilöstöllä on kunkin työssään tarvitsemat viestintätaidot,
- kehittää yhteisöviestintää yhdessä esimiehensä kanssa,
- varmistaa, että tieto kulkee työyhteisössä ja että seurakunnan tai yhtymän kriisiviestintäsuunnitelma on tehty ja päivitetty,
- vastata seurakunnan mediaviestinnästä, esimerkiksi seurakuntalehdestä, radio-ohjelmista, verkkopalveluista ja mahdollisista markkinointiin liittyvistä toimenpiteistä,
- pitää yllä toimivia yhteistyösuhteita oman alueensa ja maakuntansa toimittajiin ja varmistaa, että avoimen tiedottamisen periaate toteutuu.

Vuoropuhelun kirkko (2004, 25) on määritellyt kirkon viestinnän kolme strategista pää-tavoitetta painopistealueineen vuosille 2004–2010. Ne ovat:

1. Vahvistaa vuoropuhelun kulttuurin mukaista viestintäosaamista, painopistealueena henkilökohtainen viestintä.
2. Vahvistaa jäsenyyden merkitystä, painopistealueena lapset, nuoret ja nuoret aikuiset.
3. Vahvistaa kirkollista läsnäoloa medioissa, painopistealueena verkkoviestintä.

Henkilökohtainen viestintä tarkoittaa kirkon työntekijöiden, luottamushenkilöiden, vapaaehtoisten ja muiden seurakuntalaisten tapoja välittää kirkon viestiä eteenpäin. Viestintästrategian tavoitteena on, että työnantajatahot tarjoaisivat kirkon työntekijöille ja mahdollisuuksien mukaan myös vapaaehtoisille ja luottamushenkilöille viestintäkoulutusta, jonka avulla he voisivat hyödyntää ja kehittää omia vahvuuksiaan. Koulutuksessa kannattaa hyödyntää oman seurakunnan viestinnän ammattilaisia ja alueellisia yhteistyömahdollisuuksia. (Vuoropuhelun kirkko 2004, 38–39.)

Strategian yksi päätavoite on seurakunnan jäsenyyden merkityksen vahvistaminen. Siinä halutaan panostaa erityisesti nuoriin aikuisiin. Nuorten aikuisten tulisi tuntea seurakunnan käsittelevän eri mediatuotannossaan juuri heille tärkeitä asioita, ja niitä pitäisi käsitellä siellä, missä nuoret aikuiset erityisesti viihtyvät. Viestintästrategian mukaan paras väline nuorten aikuisten tavoittamiseen ovat ne mediat, jonka parissa he muutenkin kuluttavat aikaansa. Esimerkiksi kaupalliset radiokanavat tavoittavat tehokkaasti

nuoret aikuiset, kunhan välitettävät viestit ovat ohjelmaprofiilin mukaisia. Myös verkko- ja mobiiliviestinnässä esillä oleminen on ajankohtaista nuorten aikuisten tavoittamiseksi. (Vuoropuhelun kirkko 2004, 47–48.) Viestintästrategian mukaan päätavoitteena on myös kirkon läsnäolon vahvistaminen ihmisten käyttämissä medioissa, joista halutaan panostaa erityisesti verkkoviestintään. Hyvin toimivat internetsivut madaltavat nuorten aikuisten kynnystä ottaa yhteyttä kirkkoon, ja verkko antaa myös paremman mahdollisuuden keskusteluihin esimerkiksi radioon ja televisioon verrattaessa. Kirkon yhteinen verkkoportaali tarjoaa tietoa koko kirkolle yhteisistä asioista, esimerkiksi toimituksista ja kirkkovuodesta, mutta seurakuntien omilla verkkosivuilla kannattaa panostaa oman toiminnan esittelyyn ja omien jäsenten tavoittamiseen. (Vuoropuhelun kirkko 2004, 48, 58–59.)

Verkkoviestintä on strategiakauden tärkeä kehittämiskohde, mutta viestintästrategian (Vuoropuhelun kirkko 2004, 50) mukaan resursseja ei sen takia saa karsia perinteisiltä viestinnän muodoilta. Kirkolliset lehdet vahvistavat yhteisöllisyyttä, ja lehdistä erityisesti ilmaisjakeluna kotiin tuleva seurakuntalehti tavoittaa hyvin vähemmän seurakunnan toiminnassa mukana olevia ihmisiä. Viestintästrategian mukaan paikallisuus ja vastaanottajälähtöisyys on tärkeää huomioida seurakuntalehteä tehtäessä, ja lehden kehittämisessä kannattaa hyödyntää alueellista yhteistyötä. Näin tulevat säästöt antaisivat mahdollisesti lisää resursseja muun viestinnän kehittämiseksi. (Vuoropuhelun kirkko 2004, 55.)

2.4 Viestintä Turun ja Kaarinan seurakuntayhtymässä

Turun ja Kaarinan seurakuntayhtymän viestintästrategia (liite 1) on suunniteltu vuosille 2008–2012, ja se nojautuu Suomen evankelis-luterilaisen tulevaan *Meidän kirkko – Osallisuuden yhteisö* -strategiaan. Strategioista selville käyvä viestinnän ydinajatus on tukea vuorovaikutusta. Strategiasta käyvät ilmi viestinnän neljä perusarvoa:

Pyhän kunnioitus

- kunnioitamme pyhää kolmiyhteistä Jumalaa
- tunnistamme pyhyiden kaipauksen

Vastuullisuus ihmisistä ja luonnosta

- käytämme luomakunnan voimavaroja vastuullisesti
- tavoittelemme kohtuullisuutta elämäntavoissa
- annamme tilaa elämän kirjolle

Oikeudenmukaisuus

- kunnioitamme ihmisen itseisarvoa
- puolustamme heikkojen ja syrjäytettyjen oikeuksia

Totuudellisuus

- puhumme rohkeasti Jumalasta ja ihmisten arjesta
- kerromme avoimesti ja rehellisesti kirkon toiminnasta ja hallinnosta

Seurakuntayhtymän viestintäpäällikkö Paula Heinon mukaan (Henkilökohtainen tiedonanto 16.10.2009) viestinnällä tähdätään ihmisten kohtaamiseen eri välineiden kautta ja kasvokkain seurakunnissa. Heinon mukaan pohjimmiltaan on kysymys kristillisen sanoman esiin tuomisesta, mutta seurakuntayhtymän viestintä haluaa tavoittaa myös kirkoon kuulumattomat ihmiset. Tämä tapahtuu ilmaisjakeluna jaettavan lehden ja radio-ohjelmien avulla. Ihmisten kohtaamisen tärkeys käy ilmi myös Turun ja Kaarinan seurakuntayhtymän viestintästrategiasta (liite 1), jossa todetaan, että seurakuntayhtymän viestintä on läsnä turkulaisten ja kaarinalaisten elämässä, toimii ihmisten arkeen soveltuvalla tavalla ja kohtaa ihmiset kasvokkain ja eri välineiden kautta. Strategiassa todetaan myös yhtymän viestinnän puhuvan nykypäivän kieltä ja tukevan kristillisen identiteetin rakentumista nykykulttuurissa.

Turun ja Kaarinan seurakuntayhtymällä on oma tiedotustoimisto. Tiedotustoimisto vastaa seurakuntayhtymän yhteisestä sisäisestä ja ulkoisesta viestinnästä, Kirkko ja me -lehdestä, henkilöstölehti Kirkon Naakasta ja sähköisestä uutiskirjeestä Viikko Naakasta. Lisäksi seurakuntayhtymä tuottaa radio- ja tv-ohjelmia sekä seurakuntayhtymän verkkopalvelua. (Turun ja Kaarinan seurakuntayhtymä.) Tiedotuspäällikön lisäksi tiedotustoimistossa työskentelee toimistonhoitaja ja kolme tiedottajaa. Kullakin tiedottajalla on oma vastuualueensa: verkkoviestintä, seurakuntayhtymän lehti tai radio- ja tv-viestintä. Tämän lisäksi jokainen heistä työskentelee yleisen tiedottamisen parissa. Lisäksi tiedotustoimistossa on vuoden 2009 loppuun puolipäiväinen projektityöntekijä, joka työskentelee myös Maarian seurakunnan viestintävastaavana. Vakituisten työntekijöiden lisäksi

tiedotustoimistolle työskentelee useita avustajia, joilta ostetaan töitä varsinkin Kirkko ja me -lehteen ja radio-ohjelmiin¹. Seurakuntayhtymän tiedotuksen työtä johtaa tiedotustoimikunta, jossa näkyy seurakuntatyön ja tiedotusalan tuntemus. Jokaisella seurakunnalla on oma viestintävastaavansa, yleensä pappi, joka tekee yhteistyötä tiedotustoimiston kanssa.

Turun ja Kaarinan seurakuntayhtymän verkkoviestintästrategia on vuodelta 2003. Seurakuntayhtymällä on verkkoviestinnän ohjausryhmä, jonka tarkoituksena on ohjata seurakuntayhtymän verkkopalvelun kehittymistä verkkoviestintästrategiassa vuonna 2003 määriteltyn suuntaan. Verkkoviestinnän ohjausryhmä koordinoi ja vie eteenpäin seurakuntayhtymän verkkoviestintään liittyviä kehityshankkeita sekä päättää verkkopalvelun sisältöön olennaisesti vaikuttavista muutoksista. (Turun ja Kaarinan seurakuntayhtymä.) Ohjausryhmällä on lähinnä ohjaava merkitys, eikä sillä ole päätösvaltaa Yhtymän verkkosivut uudistuivat kesän 2009 alussa, ja edellinen versio oli vuodelta 2004. Uudistuneet sivut ovat yhtymän neljännet verkkosivut. (Heino, henkilökohtainen tiedonanto 16.10.2009.)

Seurakuntayhtymän Kirkko ja me -lehteä on tehty yhtäjaksoisesti 1960-luvulta saakka, jolloin sitä alettiin julkaista uudelleen vuosikymmenen tauon jälkeen. 1960-luvulla lehti ilmestyi neljä kertaa vuodessa. (Hallia 2004, 16.) Nykyään Kirkko ja me -lehti ilmestyy 11 kertaa vuodessa, ja se jaetaan Turun ja Kaarinan alueen talouksiin. Lehti on keskittynyt seurakuntayhtymän asioista tiedottamiseen ja ajankohtaisten uutisten ja tapahtumien esiin nostamiseen. Turun ja Kaarinan seurakuntayhtymän tiedotustoimistossa tehdään radiojuttuja Radio Deihin, Radio Melodiaan ja Turun Radioon. Jumalanpalveluksia Turun kirkoista televisioidaan Turku TV:ssä kolme kertaa sekä kevät- että syyskauden aikana. (Turun ja Kaarinan seurakuntayhtymä.)

¹ Lotta Numminen on ollut Turun ja Kaarinan seurakuntayhtymän tiedotuksessa harjoittelussa ja kesätiedottajana. Tässä esitetyt tiedot perustuvat sen aikaiseen työkokemukseen.

3 NUORTEN AIKUISTEN SUHDE KIRKKOON

Nuorten aikuisten määrittäminen tietyksi ikäryhmäksi on haasteellista ryhmään kuuluvien elämäntilanteiden, arvojen ja kulttuurien erilaisuuden vuoksi. Valtionhallinnossa nuoriksi aikuisiksi luetaan kaikki 18–29-vuotiaat ihmiset, mutta kirkko määrittelee ryhmään kuuluvaksi kaikki ne, joita nuorisotyö ei enää tavoita. Nuorille aikuisille tyypillisiä piirteitä ovat asettumattomuus sekä itsenäisyyden ja oman identiteetin hakeminen, joten ryhmään kuuluvan voisi määritellä myös tietyn elämänasenteen ja maailmankuvan mukaan. (Kirkko ja nuoret aikuiset -sivusto.)

Vuoden 2008 tietojen perusteella kirkkoon kuuluu tällä hetkellä noin 80,7 prosenttia suomalaisista. Viime vuonna kirkosta erosi yhteensä 48 268 henkilöä ja siihen liittyi yhteensä 11 156 henkilöä. Lapsia kastettiin yhteensä 47 748 henkilöä. (Kirkon tutkimuskeskus.) Kirkon tutkimuskeskuksen tutkijan Kati Niemelän (2006, 58) mukaan nuorien aikuisten tärkein syy kuulua kirkkoon on mahdollisuus kirkolliseen vihkimiseen, ja sen jälkeen tärkeimpänä nuoret aikuiset pitävät kristillistä kastetta. Dosentti, uskontotieteen lehtori Matti Kamppisen mukaan Suomen evankelis-luterilaisen kirkon odotetaan tarjoavan siirtymäriittien, kuten hautajaisten, häiden ja kasteen asiantuntijoita. Hänen mukaansa kirkon odotetaan paikkaavan niitä aukkoja, joita hyvinvointivaltio ei kata. (Kamppinen, henkilökohtainen tiedonanto, 17.9.2009.)

Helsingissä vuonna 2004 toteutettu tutkimushanke Case Kallio paneutui 500 Helsingin Kallion kaupunginosan alueella asuvan 20–39-vuotiaan nuoren aikuisen elämään uskonnollisuuden ja arvomaailman näkökulmista (Halme, Mikkola, Niemelä & Petterson 2006, 7). Tutkimustulosten perusteella nuorten aikuisten ratkaisevin syy kirkosta eroamiseen on se, ettei kirkolla ole itselle mitään merkitystä. Seuraavaksi yleisimpinä mainittiin haluttomuus maksaa kirkollisveroa ja erimielisyys jostakin kirkon päätöksestä tai kannanotosta. (Mikkola 2006, 192–193.)

Uskonnollisuudessa on huomattavia eroja eri ikäryhmien välillä. Tämän vuosituhannen alussa toteutetun World Values 2000 -tutkimuksen mukaan alle 35-vuotiaat ovat muita ikäryhmiä vähemmän uskonnollisia. Tästä ryhmästä erityisesti nuoret miehet erottautuvat passiivisuudellaan. Viime vuosikymmenten tilastoihin verrattaessa nuorten uskonnollisuudessa ei kuitenkaan ole tapahtunut suuria muutoksia. (Kääriäinen, Niemelä &

Ketola 2003, 192–194, 219.) Niemelän (2006, 43) mukaan nuoret aikuiset ovat vähemmän uskonnollisia muihin ikäryhmiin verrattuna kaikkia perinteisiä uskonnollisia tapoja verrattaessa. He osallistuvat harvoin uskonnollisiin tilaisuuksiin, ja myös rukoileminen ja hengellisen kirjallisuuden lukeminen ovat heidän kohdallaan harvinaista. Kristinuskolla ei ole nuorten keskuudessa yhtä vahvaa asemaa kuin vanhemman väestön keskuudessa. Nuorten suhtautuminen muihin uskontoihin on myös muita ikäryhmiä avoimempaa, ja nuoret haluavatkin löytää vastauksia elämän kysymyksiin erilaisia ajatuksia yhdistelemällä. (Kääriäinen yms. 2003, 219.) Vaikka nuoret aikuiset eivät osallistu aktiivisesti kirkon toimintaan ja jäsenyys on heille yhdentekevä, silti harva kirkkoon kuuluvista nuorista aikuisista suhtautuu kirkkoon kielteisesti. Pääkaupunkiseudulla vuonna 2004 tehdyn tutkimuskyselyn tuhannesta nuoresta aikuisesta myönteisesti kirkkoon suhtautuu yli puolet, ja joka kolmas pitää kirkon kuvaa neutraalina. (Niemelä 2006, 60.)

Hannu Majamäen (2006, 337–338) mukaan tyypillisen suomalaisen nuoren aikuisen uskonnollisuus muuttuu 20-vuotiaana, jolloin hän muuttaa pois kotoa uudelle paikkakunnalle tai pois omasta kotiseurakunnasta. Edellinen kosketus kirkkoon on tapahtunut 15-vuotiaana rippikoulussa, ja myöhemmin aikuisena kirkko koskettaa nuoren aikuisen elämää vain kirkkohäiden, lapsen kasteen tai isovanhemman kuoleman tullessa ajankohdaiseksi. Myös parisuhteessa ilmenevät ongelmat saattavat tuoda kirkon lähemmäksi nuoren aikuisen elämää, mikäli nuori hakee apua kirkon perheneuvonnasta. Kummius tuo nuorta usein lähemmäs kirkkoa, mutta jumalanpalvelukset jäävät etäisiksi. Niissä käydään satunnaisesti jouluisin ja rippikoulukonfirmaatioiden yhteydessä.

4 MIKAELINSEURAKUNTA

Mikaelinseurakunta on turkulainen seurakunta. Vuoden 2008 lopussa seurakunnalla oli yhteensä 21 334 jäsentä, joista naisia oli 11 994 ja miehiä 9340 (Mäkinen, henkilökohdainen tiedonanto, 6.10.2009). Nuoria aikuisia (20–30-vuotiaita seurakuntalaisia) oli jäsenrekisterissä tammikuussa 2009 yhteensä 4168 henkilöä (Mäkelä, henkilökohtainen tiedonanto, 6.10.2009). Mikaelinseurakunnan kirkkoherrana on toiminut vuodesta 2003 asti Jouni Lehikoinen.

4.1 Seurakunnan viestintä

Mikaelinseurakunnan viestintävastaavana toimii kappalainen Timo Hanttu. Hän on toiminut tehtävässä noin kymmenen vuoden ajan. Hänen apunaan on seurakuntasihtööri Katriina Helala ja seurakunnan muut työntekijät omien alojensa puitteissa. Yhteistyöhöinä toimivat Turun ja Kaarinan seurakuntayhtymän tiedotustoimisto, viestinnän alan yhteistyökumppanit (muun muassa TS-Yhtymä, Itella ja Diakonia-ammattikorkeakoulu) sekä paikalliset tiedotusvälineet (muun muassa Turun Sanomat, Turkulainen, Uutispäivä Demari ja Suomen Turku). Viestintävastaavan tehtäviin kuuluu muun muassa esitteiden ja lehti-ilmoitusten suunnittelu, viestinnän budjettisuunnitelman tekeminen ja internetvastaavana toimiminen. Viestintävastaavan toimitilat sijaitsevat Mikaelin seurakuntakodissa. Viestinnän työryhmä koottiin ensimmäistä kertaa Mikaelinseurakunnassa vuonna 2007. Työryhmän painopistealueena on ollut muun muassa Turun ja Kaarinan seurakuntayhtymän sekä Mikaelinseurakunnan internetuudistusprojekti sekä imagoesitteen suunnittelu. (Hanttu, henkilökohtainen tiedonanto, 8.10.2009; Vuosikertomus 2008, 58–59.)

Mikaelinseurakunnan viestinnän painopisteet on määritelty seuraavasti:

1. Laaja perusviestintä lehdissä ja muussa mediassa johtuen seurakunnan suuresta ja monipuolisesta toimintamäärästä.
2. Oma seurakuntalehti Mikaelilainen jokaiseen talouteen seurakunnan alueella.
3. Seurakunnan kausiesitepaletin luominen ja päivittäminen (5 esitettä vuodessa)
4. Internet-sivujen ylläpitäminen ja uudistusprosessin käynnistäminen.
5. Mikaelinseurakunnan toiminnan valokuvaaminen ja tallentaminen albumeihin.

6. Tavoittavat seurakuntatapahtumat ja kutsutapahtumat. (Vuosikertomus 2008, 59.)

Mikaelinseurakunta ilmoittaa viikoittain maakuntalehti Turun Sanomissa ja paikallislehti Turkulaisessa lyhyesti viikko-ohjelmansa yhdessä Turun ja Kaarinan seurakuntayhtymän muiden seurakuntien kanssa. Ilmoitustilaa ostetaan myös Uutispäivä-Demarista. Turun Sanomista ja Turkulaisesta ostetaan tilaa erillisille mainoksille samoin kuin kaupunkilehti Aamusetistä. Turun Sanomien Minne mennä -osastoa käytetään tapahtumien viestintäkanavana. (Hanttu, henkilökohtainen tiedonanto, 8.10.2009; Vuosikertomus 2008, 59.) Turun ja Kaarinan seurakuntayhtymän yhteinen ilmaisjakelulehti Kirkko ja Me toimii aktiivisesti Mikaelinseurakunnan kuukausittaisena ilmoituskanavana. Lehdessä julkaistiin toimintakalenterin lisäksi muun muassa erilaisia mainoksia, puffeja ja toimituksellisia juttuja. Viestiminen seurakuntayhtymän yhteisessä lehdessä ei aiheuta Mikaelinseurakunnalle lisäkustannuksia. (Vuosikertomus 2008 2009, 59.) Edellisten lisäksi Mikaelinseurakunta on esillä myös televisiossa ja radiossa. Vuonna 2008 radiossa ja televisiossa esitettiin muun muassa jumalanpalveluksia, tilaisuuksia, tapahtumia ja päivityksiä turvapaikanhakijoiden tilanteista. (Vuosikertomus 2008, 62.)

Mikaelinseurakunta julkaisee omaa seurakuntalehteä Mikaelilaista, joka jaetaan päiväpostina kaikkiin talouksiin seurakunnan alueella. Mikaelilainen ilmestyy kerran vuodessa marraskuun loppupuolella, ja sen ideana on antaa lisää tietoa Mikaelinseurakunnasta ja sen toiminnasta. Vuonna 2008 Mikaelilainen tuotettiin yhdessä Diakoniamattikorkeakoulun viestinnän opiskelijoiden kanssa ja lehti sai samalla uuden graafisen ulkoasun. Sitä ennen lehden toimitustiimissä olivat mukana Timo Hanttu ja Roope Lipasti. Myös seurakunnan työntekijät toimivat juttujen kirjoittajina. Lehden taitto on aiemmin ostettu seurakunnan ulkopuolelta. Vuoden 2008 numero oli neljäs Mikaelilainen, ja samana vuonna lehdestä tehtiin PDF-versio internetiin. (Hanttu, henkilökohtainen tiedonanto, 8.10.2009; Vuosikertomus 2008, 59–60.)

Vuonna 2005 Mikaelinseurakunnalle suunniteltiin uusi graafinen yleisilme, jonka suunnitteli graafikko Erkki Kiiski. Mikaelinkirkon ornamentiikkaa jäljitteleviä ilmoitusprofiileja käytetään muun muassa painotuotteissa, lehti-ilmoituksissa, toimintajulisteissa ja käsiohjelmissa. Nuorten- ja nuorten aikuisten viestinnässä sekä seurakuntatapahtumissa

käytettävät graafiset tyylit poikkeavat kohderyhmän tai tapahtuman mukaan. (Vuosikertomus 2008, 60.)

Mikaelinseurakunnan seurakuntaesitteet uudistettiin kokonaan vuoden 2008 aikana. Seurakuntaesitteissä tuodaan esille seurakunnan toimintaa ja tapahtumia, ja ne on jaettu viidelle eri toimintajaksolle: adventti- ja joulunajalle, talvelle, pääsiäisajalle ja keväälle, kesälle ja syksylle. Esitteet toimivat seurakunnan käyntikorttina ja niitä pyritään jakamaan aina vierailujen ja toiminnan yhteydessä. (Vuosikertomus 2008, 60.) Vuonna 2008 seurakunnassa alettiin suunnitella imagoesitettä, jonka tarkoituksena on esitellä seurakunnan toimintaa ilman vaihtuvia kalenteritietoja. Esitteen lanseeraus tehtiin vuonna 2009, ja esitettä jaetaan pääasiassa Mikaelinseurakuntaan muuttaville henkilöille tervetulotoivotuksena. (Hanttu, henkilökohtainen tiedonanto, 8.10.2009.) Ilmoitustaulujen hyödyntäminen viestinnässä ja mainonnassa on tärkeää Mikaelinseurakunnalle. Ilmoitusten laittamisessa noudatetaan tiettyä järjestystä, joka on päätetty seuraavasti (Vuosikertomus 2008, 60):

1. Mikaelinseurakunnan toiminta
2. Mikaelinseurakunnan järjestämä toiminta yhteistyökumppanin kanssa
3. Seurakuntayhtymän yhteinen toiminta
4. Kirkon valtakunnallinen yhteinen toiminta
5. Kirkollisten järjestöjen oma toiminta tai esimerkiksi ulkopuolisten järjestäjien konsertit Mikaelinkirkossa

Ilmoitustaulut sijaitsevat pääosin alueen seurakuntakodeissa ja Mikaelinkirkon edustalla. Tauluja pyritään pitämään ajan tasalla, ja niihin ei saisi laittaa muita mainoksia tai tiedotteita.

Mikaelinseurakunnan pääsivuna toimii Turun ja Kaarinan seurakuntayhtymän portaalis-
sa sijaitseva www.mikaelinseurakunta.fi. Vuonna 2008 Mikaelinseurakunnan painopistealueeksi nostettiin verkkoviestintä. Turun ja Kaarinan seurakuntayhtymän internetsivut uudistuivat alkukesästä vuonna 2009, jolloin myös Mikaelinseurakunnan omille internetsivuille tehtiin muutoksia tekstisisällön, tyylin ja kuvamateriaalin suhteen. Internetuudistuksen konsulttina ja kouluttajana toimi Diakonia-ammattikorkeakoulun Turun toimipaikan viestinnän lehtori Pär Landor. (Vuosikertomus 2008, 61.)

Pääsivun rinnalle avattiin heinäkuussa vuonna 2009 vuorovaikutteinen palvelukokonaisuus, www.mikaelilainen.fi. Palvelukokonaisuus koostuu blogista, keskustelupalstasta sekä valokuva- ja videogalleriasta. Blogiin kirjoittamiseen voivat osallistua niin seurakunnan työntekijät kuin vapaaehtoisetkin. Keskusteluun voi osallistua myös vapaasti, mutta kirjoittaminen vaatii rekisteröitymisen. Palvelun ylläpidosta vastaa web-suunnittelija Janne Ansaharju. (Mikaelilainen.fi.) Loppukesästä vuonna 2009 Mikaelinseurakunta perusti oman ryhmän Facebookiin ja ryhmässä oli syksyllä 2009 noin 20 jäsentä (Facebook, 21.10.2009).

Mikaelinseurakunnassa internetvastaavana toimii viestintävastaava Timo Hanttu. Hänen apunaan on myös muutamia muita seurakunnan työntekijöitä. Vuonna 2008 verkkotiimi kasvatettiin suuremmaksi, ja sen tarkoituksena on panostaa erityisesti [mikaelilainen.fi](http://www.mikaelilainen.fi)-sivujen materiaaleihin. Mikaelinseurakunnan internetpalveluun kuuluu myös nuorten aikuisten oma sivu www.nami.tk, ja nuorten kanavana puolestaan toimii www.turungg.net. (Vuosikertomus 2008, 61.)

Mikaelinseurakunnan sisäistä ja ulkoista viestintää varten tehdään vuosittain vuosikertomus, joka koottiin ensimmäisen kerran vuonna 2004. Vuosikertomus valmistuu aina toukokuussa, ja se sisältää muun muassa kirkkoherran esipuheen, seurakunnan toimintastrategian, seurakuntaneuvoston tärkeimmät päätökset ja tilastotietoa. Lisäksi vuosikertomus sisältää runsaasti kuvamateriaalia. Seurakuntalaiset Riitta Tunturi ja Uolevi Salonen kuvaavat Mikaelinseurakunnan toimintaa vapaaehtoistyönä, ja heidän kuviaan käytetään seurakunnan viestinnässä. Salonen ja Tunturi ovat koonneet myös kuva-albumia seurakunnan toiminnasta. (Vuosikertomus 2008, 62.)

4.2. Nuorille aikuisille suunnattu toiminta

Mikaelinseurakunnan kirkkoherran Jouni Lehikoisen mukaan nuoret ja nuoret aikuiset ovat paitsi haastava, mutta myös tärkeä kohderyhmä (Henkilökohtainen tiedonanto 22.10.2009). Seurakunnan jäseninä on eniten 20–30-vuotiaita. Nuoria eroaa kirkosta nykypäivänä paljon, joten heihin on tärkeää luoda kontakteja. Nuorille aikuisille suunnattua toimintaa on seurakunnassa kehittämässä muutaman hengen tiimi, johon kuuluu pappeja ja nuoria aikuisia seurakuntalaisia. Tulevaisuuden haaste on kehittää nuorille aikuisille suunnattua toimintaa eteenpäin. Internet on yksi kanava ja seurakunnan on

tarkoitus kehittää sitä koko ajan eteenpäin. Mikaelinseurakunnalla on omat verkkosivut nuorille aikuisille, ja sivuilla tiedotetaan tulevista tapahtumista. Sivulla on tietoa ja linkkejä nuoriin aikuisiin ja heidän tapahtumiin liittyvistä asioista. (Mikaelinseurakunnan nuorten aikuisten verkkosivu.)

Nuorten aikuisten toiminnan, eli Nami-toiminnan tavoitteina on seurakunnan nuorisotyössä mukana olleiden hengellisestä kasvusta ja seurakuntaan juurtumisesta huolehtiminen. Tarkoitus on myös tavoittaa seurakunnasta vieraantuneet nuoret aikuiset ja vahvistaa yhteistyötä nuorisotyön ja aikuistyön välillä. Nami-toiminnan painopisteet ovat raamattuopetuksessa, Nami-illoissa ja yhteistyön kehittämisessä. Raamattuopetuksen ja Nami-iltojen katsotaan toteutuneen hyvin, mutta yhteistyö muiden tahojen ja toimintamuotojen kanssa vaatii lisää panostusta, eivätkä ne ole toteutuneet halutulla syvyydellä. (Vuosikertomus 2008, 25–26.)

Seurakunta lähestyy nuoria aikuisia muutaman kerran vuodessa, jolloin osalle heistä lähetetään kutsu johonkin tapahtumaan. Yleensä tapahtumat ovat olleet yhdessä Linna-teatterin kanssa järjestettyjä teatterinäytöksiä, mutta tapahtumien joukossa on ollut myös muun muassa konsertteja ja elokuvailtoja. Nuorille aikuisille suunnattua vakio-toimintaa seurakunnassa järjestetään viikoittain. Yksi näistä on nuorille aikuisille suunnattu Nami-toiminta (lyhenne sanoista nuoret aikuiset Mikaelissa). Uusin toimintamuoto on nuorille aikuisille tarkoitettu Kohtaamispaikka, joka järjestetään sunnuntai-iltapäivisin. (Lehikoinen, henkilökohtainen tiedonanto 22.10.2009.)

5 AINEISTO JA TUTKIMUSMENETELMÄT

Opinnäytetyömme kohderyhmänä olivat Mikaelinseurakuntaan kuuluvat 20–30-vuotiaat nuoret aikuiset. Edellä mainittu ikäryhmä on käytössä seurakunnan omassa nuorille aikuisille suunnatussa viestinnässä, joten samojen raja-arvojen valitseminen työhömmme oli luonteva ja seurakunnan omia tavoitteita tukeva valinta. Toteutimme tutkimuksemme kyselylomakkeilla ja kahdella ryhmähaastattelulla.

5.1 Kyselylomake Mikaelinseurakunnan nuorille aikuisille

Kyselytutkimuksen tekohetkellä tammikuussa vuonna 2009 Mikaelinseurakuntaan kuului yhteensä 4168 nuorta aikuista, jotka toimivat tutkimuksemme perusjoukkona. Projektimme alusta alkaen meille oli selvää, että haluamme saada työssämme nuorten aikuisten oman mielipiteen mahdollisimman vahvasti esille. Siksi päätimme käyttää työssämme kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta. Postitse lähetettävän perinteisen kyselylomakkeen käyttäminen oli sopivin vaihtoehto tutkimuksemme kannalta, sillä seurakunta ei pidä kirjaa jäsentensä puhelinnumeroista tai sähköpostiosoitteista. Seurakunnan internetsivuilla oleva sähköinen tutkimuslomake oli myös poissuljettu vaihtoehto epävarman vastausmäärän ja henkilöiden tunnistettavuuteen liittyvien ongelmien takia. Halusimme, että vastaajat kuuluvat nimenomaan Mikaelinseurakuntaan. Sen takia päädyimme lopulta perinteiseen paperiseen kyselylomakkeeseen, jonka vastaajat pystyivät lähettämään maksutta takaisin vastauskuoressa.

Halusimme selvittää kyselylomakkeessa nuorten aikuisten suhtautumista Mikaelinseurakuntaan ja sen toimintaan sekä monivalintakysymysten että asteikollisten kysymysten avulla. Halusimme mukaan myös muutaman avoimen kysymyksen. Pidimme avoimia vastauksia tärkeinä tulosten monipuolisuuden kannalta. Niiden avulla saisimme esiin seurakuntalaisten henkilökohtaisempia mielipiteitä. Avoimien vastausten takia emme halunneet otosjoukosta kovin suurta. Alustavasti suunnittelimme lähettävämme kyselylomakkeen kolmellesadalle satunnaisesti valitulle 20–30-vuotiaalle seurakuntalaiselle, mutta Mikaelinseurakunnan toivomuksesta kasvatimme otoksen viiteensataan. Jotta olisimme saaneet vastausprosentista mahdollisimman korkean, Mikaelinseurakunta lupasi kustantaa kaikille vastanneille yhden elokuvalipun.

Kyselylomake sisälsi yhteensä kymmenen tutkimuksemme kannalta olennaista kysymystä, joista kaksi olivat avoimia kysymyksiä (liite 2).

Monivalintakysymyksillä selvitimme vastaajien kokemuksia siitä, miten seurakunta on lähestynyt nuoria aikuisia ja miten he toivoisivat, että lähestyminen tapahtuisi tulevaisuudessa. Asteikollisilla kysymyksillä kartoitimme seurakunnan onnistumista nuorten aikuisten tavoittamisessa ja nuorten aikuisten näkemyksiä siitä, miten tärkeää viestintä on seurakunnalle. Lisäksi kysyimme seurakunnan toiminnan kiinnostavuudesta ja Mikaelinseurakunnan omaan ilmaisjakelulehteen sopivista aihepiireistä. Kartoitimme myös vastaajan suhdetta kirkkoon ja aktiivisuutta seurakunnan toiminnassa. Avoimissa kysymyksissä toivoimme monipuolisia vastauksia seurakunnan julkisuuskuvasta ja parhaasta tavasta välittää tietoa seurakuntalaisten keskuuteen.

Asteikollisissa kysymyksissä sai vastata vain yhden vastausvaihtoehdon, monivalintakysymyksissä vastaaja sai valita useita vastausvaihtoehtoja. Useamman vastauksen sallivissa kysymyksissä oli myös tyhjä vaihtoehto sellaisia vastauksia varten, joita ei löytynyt vaihtoehtoista. Kyselylomakkeen alussa tiedustelimme vastaajan sukupuolta ja ikää. Jaoimme ikähaarukan kahteen osaan: alle ja yli 25-vuotiaisiin. Lomakkeen lopussa oli vielä Mikaelinseurakunnan toiveesta tyhjää tilaa, johon sai kirjoittaa terveisiä tai toiveita seurakunnalle ja sen toiminnalle.

Kysely lähetettiin 500 nuorelle aikuisille ja vastauksia tuli 175 kappaletta. Vastausprosentti oli 35.

5.2. Ryhmähaastattelu pienryhmissä

Järjestimme keväällä 2009 kaksi ryhmähaastattelua, joiden aiheena oli Mikaelinseurakunnan nuorille aikuisille suunnattu viestintä. Haastatteluiden tarkoituksena oli tuottaa kyselyä syventävää ja täydentävää tietoa aiheesta. Lisäsimme kyselylomakkeeseen kohdan, jossa vastaaja saattoi ilmoittautua vapaaehtoiseksi pienryhmäkeskusteluun. Osa ihmisistä löydettiin tätä kautta ja viime hetken peruutuksien vuoksi pyysimme paneeliin mukaan kohderyhmään kuuluvia ihmisiä myös muuta kautta, kuten ystävien välityksellä.

Kumpaankin haastatteluun osallistui meidän järjestäjien lisäksi kolme ihmistä. Alun perin tavoitteenamme oli saada kumpaankin keskusteluun viisi ihmistä, mutta käytäntö osoitti, että viisi henkeä olisi ollut liikaa ja pienemmissä ryhmissä kaikkien mielipiteet pääsivät paremmin esille. Jaoimme keskusteluryhmät siten, että ensimmäisessä ryhmässä (ryhmä 1) keskustelivat ne ihmiset, jotka kokivat seurakunnan asiat tärkeiksi ja läheisiksi itselleen. Toisessa joukossa (ryhmä 2) keskustelivat ne, jotka kokivat seurakunnan toiminnan itselleen tarpeettomaksi ja yhdentekeväksi.

Ryhmähaastattelut pidettiin Kellariravintolassa Turussa 1. ja 2. huhtikuuta vuonna 2009. Koimme tärkeäksi sen, että keskustelut järjestettiin ulkopuolisessa ja neutraalissa paikassa, eikä esimerkiksi seurakunnan tiloissa, jotta osallistujat kokisivat keskustelun mahdollisimman luottamukselliseksi ja ohjailemattomaksi. Keskustelu oli vapaata, ja järjestäjinä ohjasimme keskustelua kysymyksillä ja esimerkeillä tutkimukseen aihepiiristä. Koska keskustelun annettiin suurimmaksi osaksi edetä omalla painollaan, ei ryhmissä välttämättä keskusteltu samoista asioista, vaan esille nousi luonnollisesti eri aihepiirejä. Mikaelinseurakunta tarjosi haastatteluun osallistuneille illallisen ravintolassa vaivanpalkkana osallistumisesta. Keskustelijoihin viitataan jatkossa kirjaimilla A, B, C, D, E ja F.

6 KYSELYN TULOKSET

Lähetimme ensimmäisen kyselylomakkeen postissa 500 satunnaisotoksella valitulle nuorelle aikuisille vuoden 2009 tammikuussa (liite 2). Annoimme vastaajille noin kaksi viikkoa aikaa vastata kyselyyn ja postittaa sen mukana tullessa vastauskuoressa. Saimme määräaikaan mennessä yhteensä 124 vastausta, ja vastaajista 116 halusi itselleen elokuvalipun. Osa vastauksista tuli takaisin ilman yhteystietoja. Alun perin toivoimme, että saisimme vastauksia ainakin 150 kappaletta. Niinpä lähetimme kyselyn uudestaan helmikuussa samalle otosjoukolle. Joukosta oli karsittu pois ne vastaajat, joiden tiesimme jo vastanneen yhteystietojen perusteella. Toisella kierroksella lähetimme siis muistutuksen noin 370:lle ensimmäisellä kierroksella vastaamatta jättäneelle. Toisen kyselylomake lähetettiin vuoden 2009 helmikuussa, ja siihen annoimme vastausaikaa noin kolme viikkoa. Toisella kierroksella kyselylomakkeita palautettiin yhteensä 51 kappaletta, joista elokuvalipun halusi 48 vastaajaa. Kaiken kaikkiaan saimme vastauksia yhteensä 175 kappaletta.

Kyselyn alussa toivoimme vastaajien ilmoittavan, kuuluvatko he ikäluokaltaan yli- vai alle 25-vuotiaisiin sekä sen, ovatko he sukupuoleltaan miehiä vai naisia. Pieni osa kyselyn vastaajista jätti vastaamatta näihin tietoihin. Vastaajan sukupuolen pystyimme kartoittamaan kaikissa tapauksissa yhteystietojen perusteella, mutta ikää emme pystyneet päättämään. Kyselyn tulosten alustavassa analysoimisessa huomasimme, että ikä ei ollut merkitsevä tekijä vastausten kannalta. Päätimme jättää ikäluokkien vertaamisen tutkimuksessamme kokonaan huomiotta. Käsittelimme kyselyn monivalintakysymykset ja asteikolliset kysymykset SPSS-tilastointiohjelmalla.

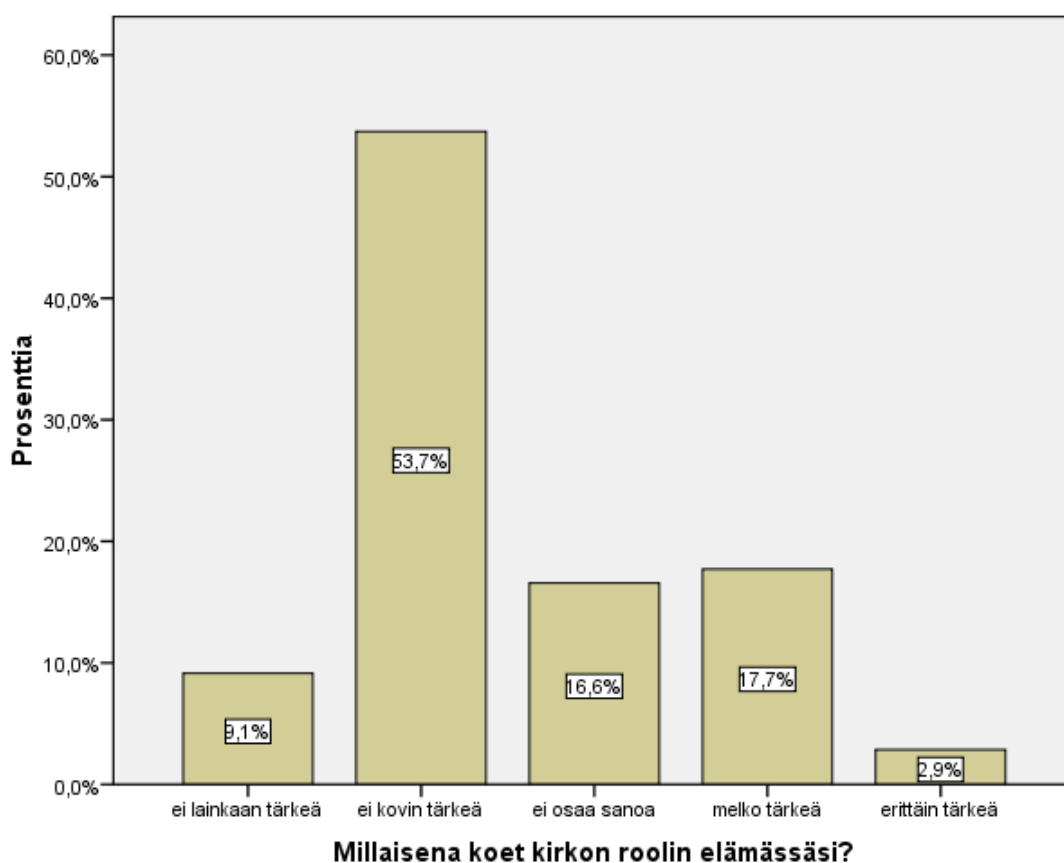
6.1 Kyselyn vastaajaprofiili ja seurakunnan viestinnän tärkeys

Tutkimuskyselyymme vastaajista 111 oli naisia ja 64 miehiä. Meille oli alusta asti selvää, että tarkastelemme kyselyn vastauksia sekä kokonaisjoukkona että sukupuolen mukaan. Halusimme myös kartoittaa vastaajien suhdetta kirkkoon ja heidän seurakuntaaktiivisuuttaan.

Nuorten aikuisten mielipiteitä mitattiin viisiportaisella numeroasteikolla, jossa numero viisi viittaa suureen aktiivisuuteen ja kysymyksessä olevan asian suureen tärkeyteen.

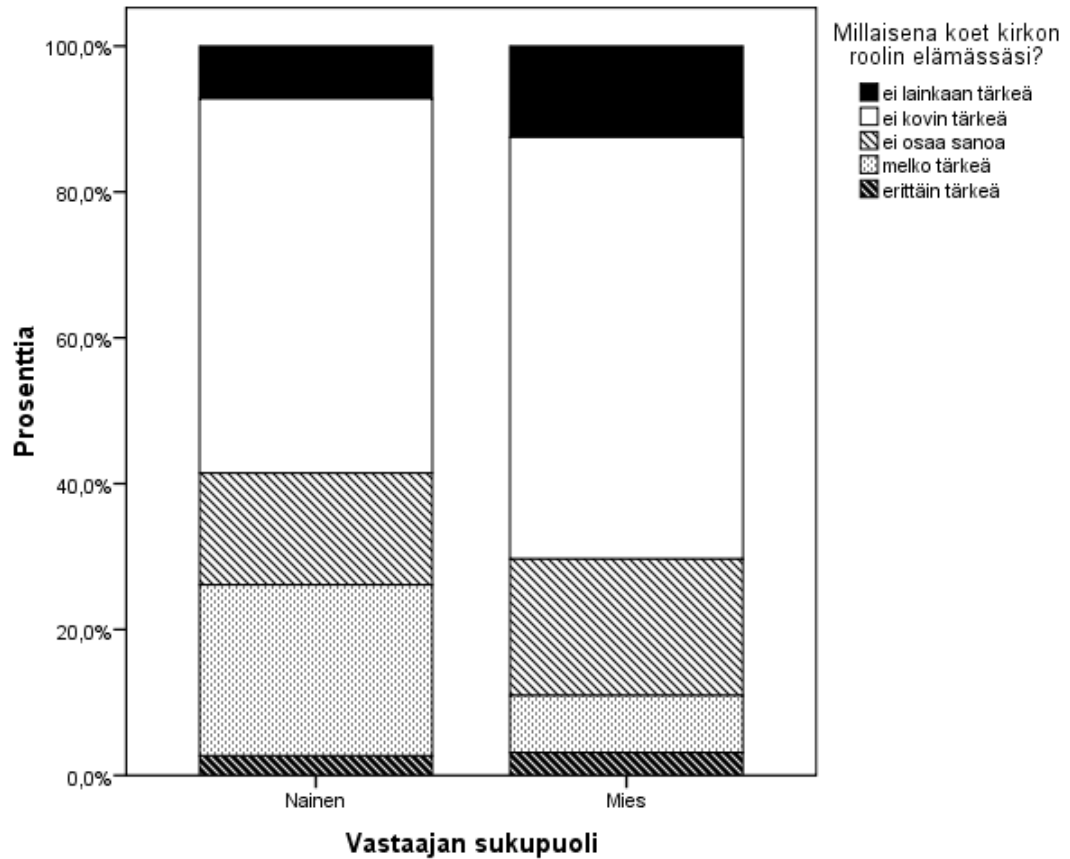
Numero yhden valitsivat ne vastaajat, jotka olivat passiivisia tai joille asia ei ollut lainkaan tärkeä. Asteikon keskelle sijoittuvan numeron kolme valitsivat ne vastaajat, jotka eivät olleet asiasta mitään mieltä. Viisiportaista numeroasteikkoa käytettiin kysymyksissä, joissa kartoitettiin kirkon roolia omassa elämässä, omaa aktiivisuutta seurakunnassa, viestinnän tärkeyttä seurakunnalle sekä sitä, miten Mikaelinseurakunta on onnistunut tavoittamaan nuoria aikuisia.

Tutkimukseen vastanneista nuorista aikuisista yli puolet ei pidä kirkon roolia kovinkaan tärkeänä osana omassa elämässään (kuvio 1). Kaikkien vastaajien eli kokonaisjoukon keskiarvoksi tuli luku 2,51. 17 prosenttia vastaajista valitsi ”en osaa sanoa” -vaihtoehdon, kun taas melko tärkeänä kirkkoa piti 18 prosenttia vastaajista. Kirkon rooli on erittäin tärkeä alle kolmelle prosentille vastaajista. Lähes joka kymmenes katsoi, että kirkko ei ole lainkaan tärkeä omassa elämässä.



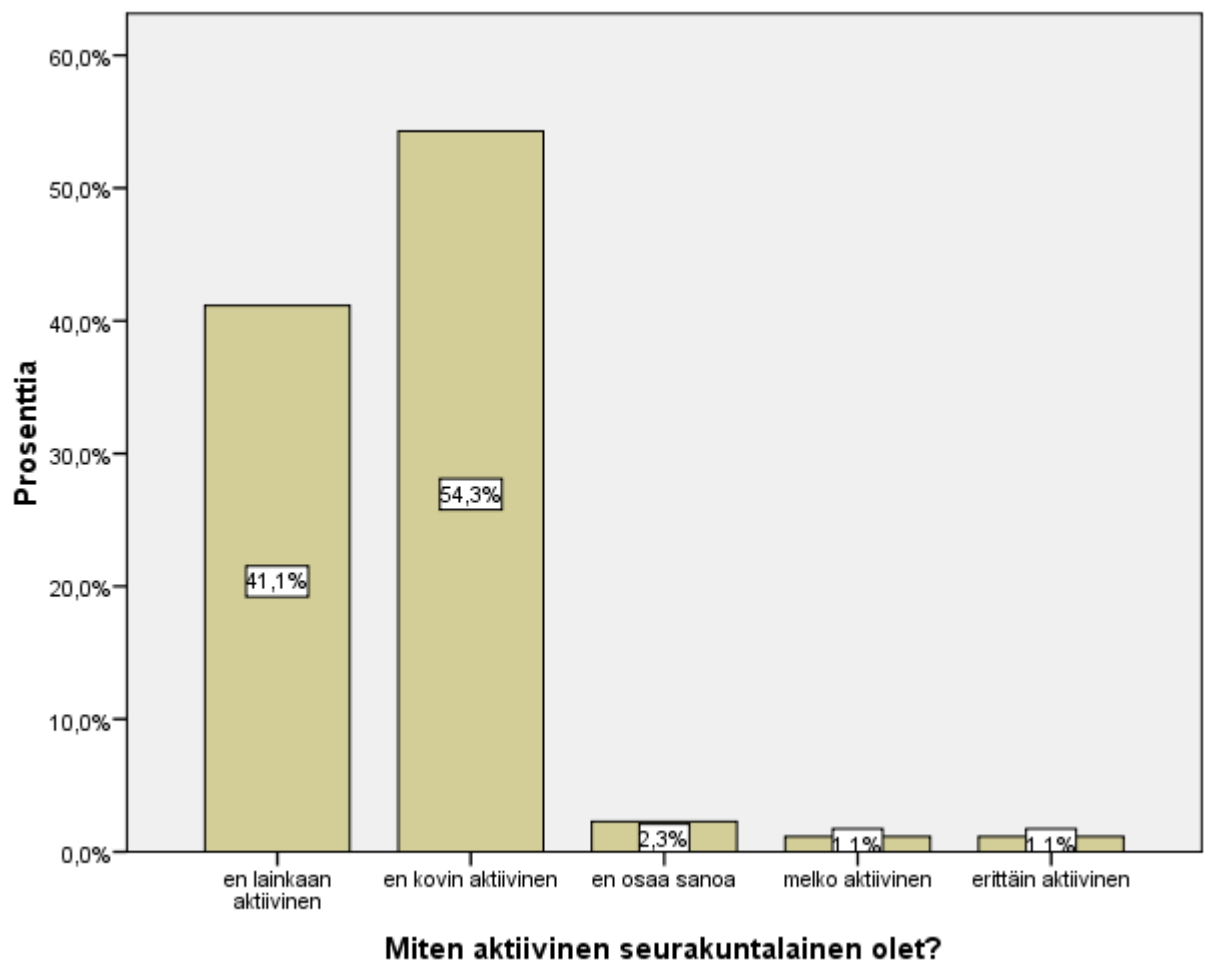
KUVIO 1. Kirkon rooli vastaajan elämässä (n = 175)

Vertailtaessa miesten ja naisten vastauksia esille nousi muutamia eroavaisuuksia. Miehistä hieman suurempi osa piti kirkon roolia ”ei lainkaan tärkeänä” tai ”ei kovin tärkeänä”, ja vastaavasti naisista hieman suurempi osa piti kirkon roolia ”melko tärkeänä” (kuvio 2). Molemmissa ryhmissä oli myös heitä, jotka eivät osanneet sanoa kirkon tärkeyttä.



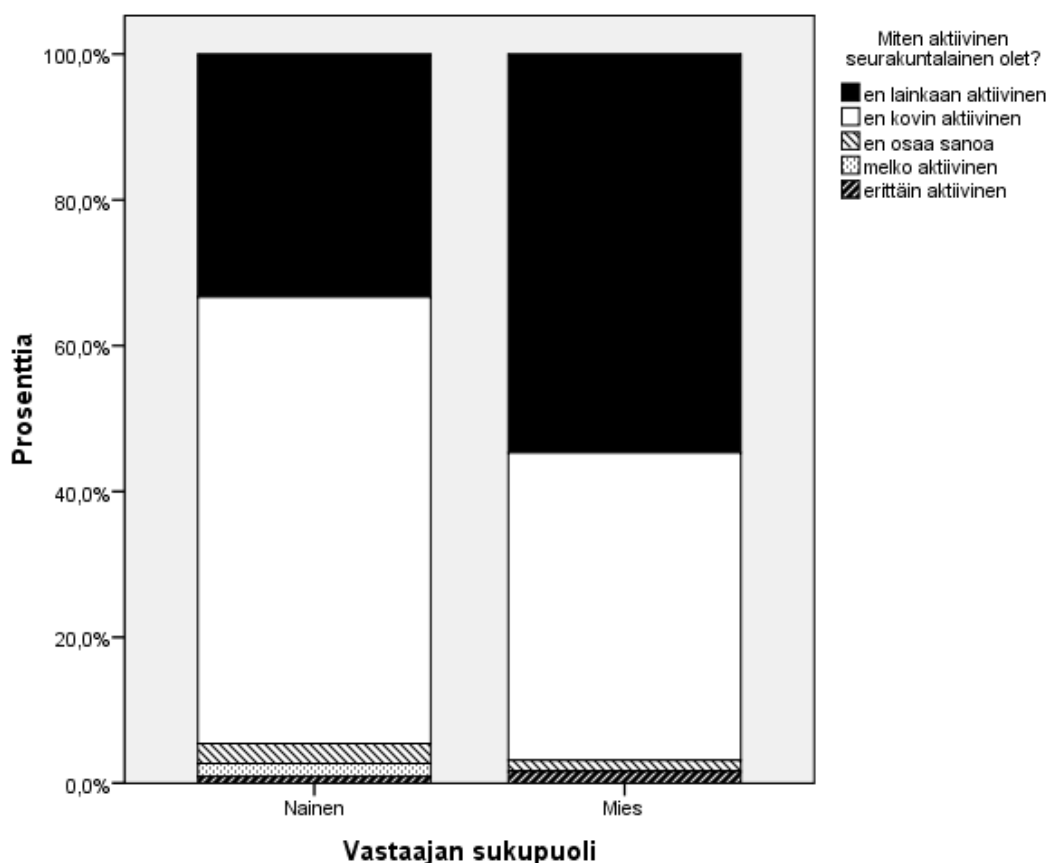
KUVIO 2. Kirkon rooli naisten (n = 111) ja miesten (n = 64) mielestä

Suurin osa vastaajista oli ei-aktiivisia seurakuntalaisia (kuvio 3). 95 prosenttia vastaajista ilmoitti, ettei ole kovin tai lainkaan aktiivisesti mukana seurakunnan toiminnassa. Kokonaisjoukossa vastaajien keskiarvoksi muodostui 1,67. Erittäin aktiivisten ja melko aktiivisten joukko jää tässä vastauksessa hyvin pieneksi, sillä kummassakin vaihtoehdossa vastauksen valitsi vain prosentti vastaajista. ”En osaa sanoa” -vaihtoehdon valinneiden joukko jää tämän kysymyksen kohdalla edellistä kysymystä paljon pienemmäksi, 2 prosenttiin.



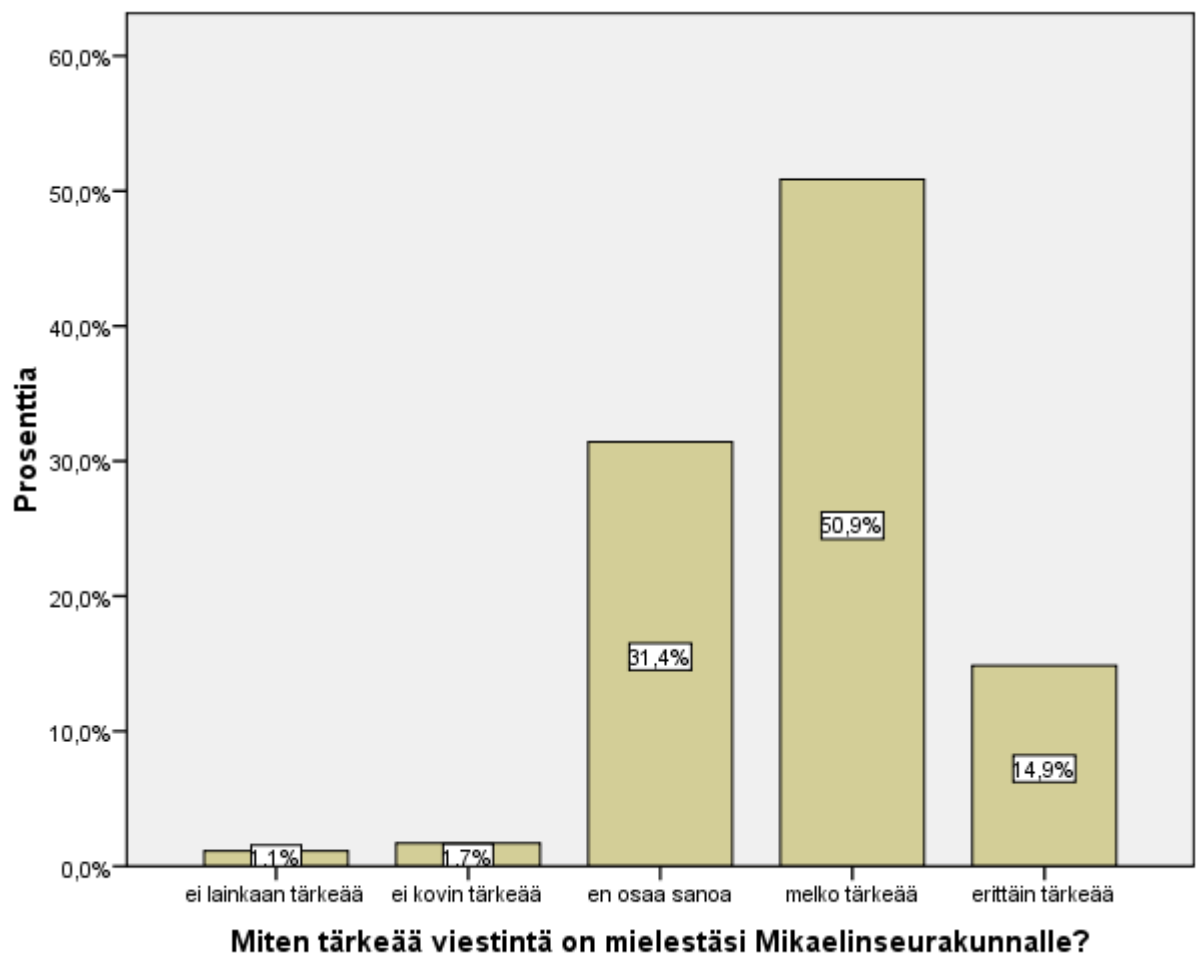
KUVIO 3. Seurakuntalaisten aktiivisuus (n = 175)

Naisten ja miesten seurakunta-aktiivisuutta vertailtaessa tuloksissa ei ole suurta eroa (kuvio 4). ”Ei lainkaan aktiivinen” tai ”Ei kovin aktiivinen” -vaihtoehdon valinneiden joukko on yhteensä miehen ryhmässä vain vähän suurempi kuin naisilla. Miehistä on kuitenkin selvästi enemmän heitä, jotka eivät ole lainkaan aktiivisia seurakunnan toiminnassa. Miehistä ”Ei lainkaan aktiivinen” -vaihtoehdon valitsi 55 prosenttia vastaajista, naisista puolestaan 33 prosenttia. ”Ei kovin aktiivinen” -vaihtoehdon on valinnut naisista suurin osa, yhteensä 61 prosenttia vastaajista. Erittäin aktiivisia seurakuntalaisia oli yksi prosentti molemmissa ryhmissä, melko aktiivisia puolestaan vain naisissa. Heitä on yhteensä kaksi prosenttia vastaajista. Pieni osa vastaajista on valinnut vaihtoehdon ”en osaa sanoa” molemmissa ryhmissä.



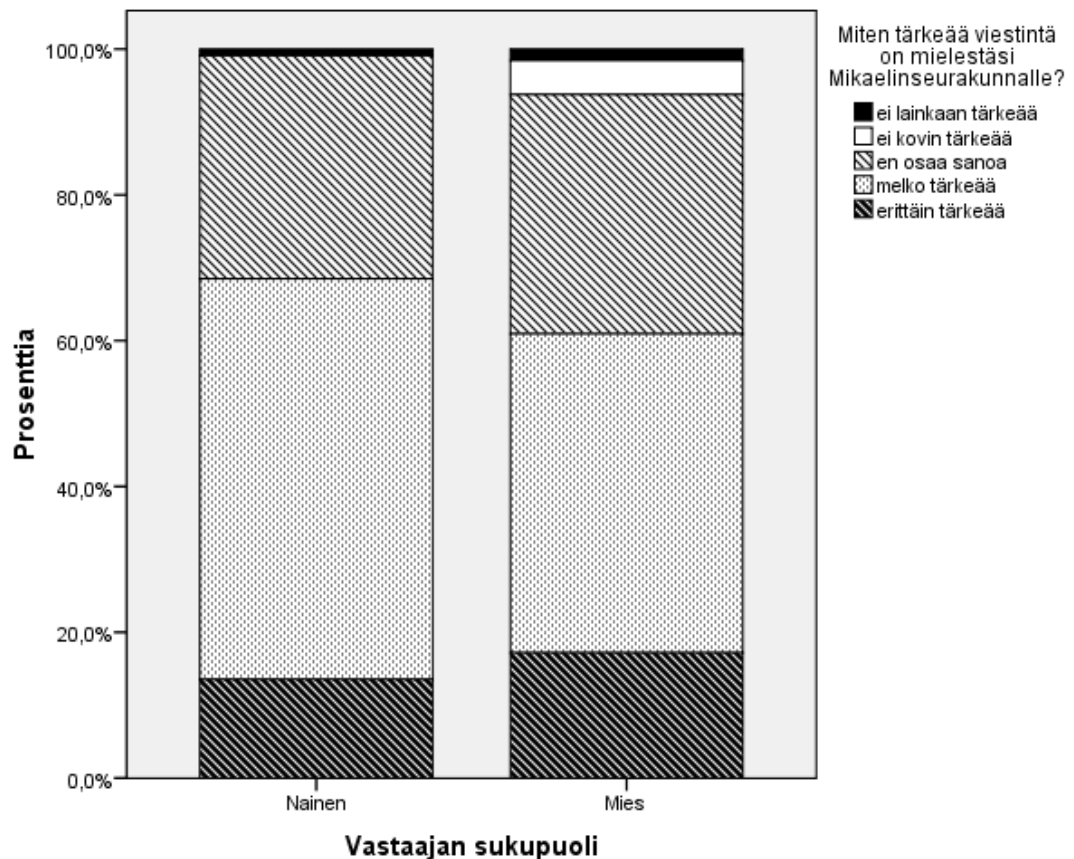
KUVIO 4. Seurakuntalaisten aktiivisuus naisilla (n = 111) ja miehillä (n = 64)

Kartoitimme kyselyssämme myös nuorten aikuisten mielipiteitä siihen, miten tärkeää viestintä on Mikaelinseurakunnalle (kuvio 5). Kokonaisjoukkoa tarkasteltaessa keskiarvoksi muodostui 3,77, joten viestintään panostaminen on keskimäärin melko tärkeää vastanneiden mielestä. Viestinnän mainitsi melko tärkeäksi 51 prosenttia vastaajista, ja 15 prosenttia piti viestintää erittäin tärkeänä. ”En osaa sanoa” -vaihtoehdon valitsi kuitenkin lähes kolmannes vastaajista. Tämä voi johtua siitä, että suurin osa vastaajista ei pidä kirkon roolia tärkeänä omassa elämässään ja sen myötä myös aktiivisuus seurakunnassa on vähäistä. Näin ollen vastaajilla ei ole tarvetta myöskään seurakunnan viestinnälle. ”Ei kovin tärkeänä” tai ”ei lainkaan tärkeänä” viestintää piti vain alle 3 prosenttia vastaajista. Tuloksesta voisi siis päätellä, että seurakunnan kannattaa tulevaisuudessa panostaa viestintään.



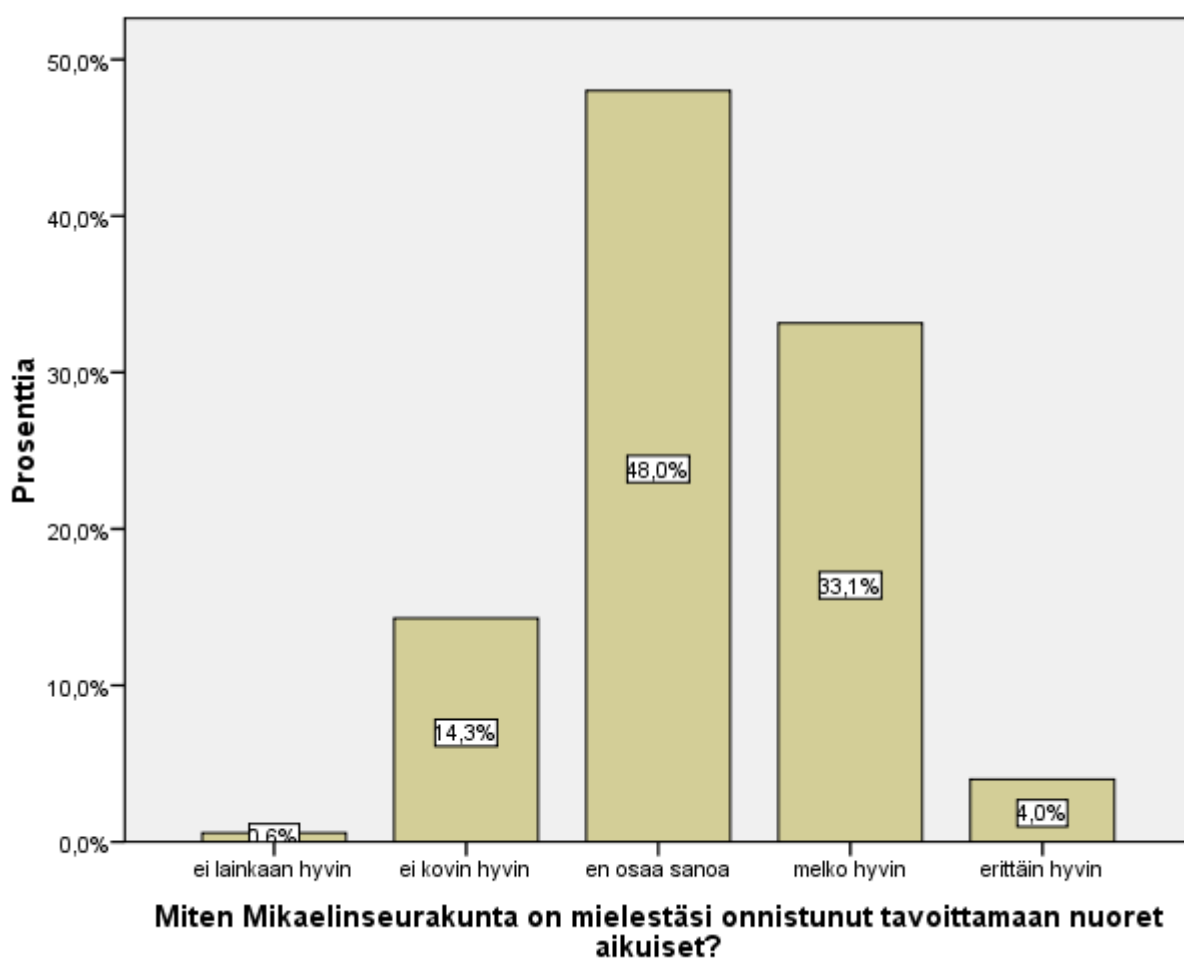
KUVIO 5. Viestinnän tärkeys seurakunnalle (n = 175)

Verrattaessa näkemyksiä seurakunnan viestinnän tärkeydestä miesten ja naisten välillä erot eivät olleet suuria (kuvio 6). Molemmissa ryhmissä viestintää piti ”erittäin tärkeänä” tai ”melko tärkeänä” yli 60 prosenttia vastaajista. Molemmissa ryhmissä oli myös noin kolmannes vastaajia, jotka eivät osanneet sanoa mielipidettään asiaan. Naisten vastauksissa kukaan ei maininnut vaihtoehtoa, jossa viestintä ei olisi kovin tärkeää seurakunnalle, miehistä sitä mieltä on viisi prosenttia vastaajista.



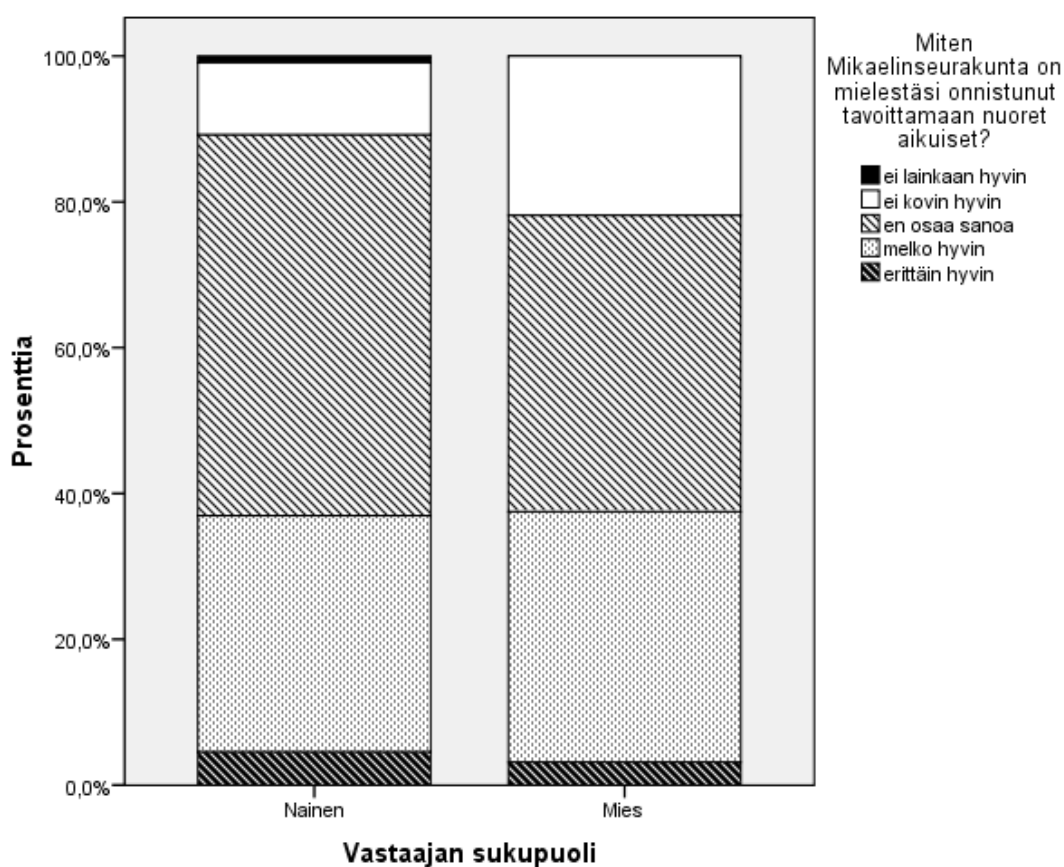
KUVIO 6. Seurakunnan viestinnän tärkeys naisten (n = 111) ja miesten (n = 64) mukaan

Nuorten aikuisten kokemusten mukaan viestintä on melko tärkeätä seurakunnalle. Halusimme tämän lisäksi myös kartoittaa, miten Mikaelinseurakunta on vastaajien mielestä onnistunut viestinnässään tähän mennessä (kuvio 7). Yllättävää ja seurakunnan kannalta huolestuttavaa oli, että lähes puolet vastaajista ei osannut sanoa, miten seurakunta on onnistunut tavoittamaan nuoria aikuisia. Vastausten keskiarvoksi tuli 3,26. Kolmannes vastanneista katsoi kuitenkin seurakunnan onnistuneen tavoittamaan nuoret aikuiset melko hyvin, mikä nousee myös esille myöhemmin muita tutkimustuloksia tarkasteltaessa. Vain 4 prosentin mukaan tavoittavuus oli erittäin hyvää. Vastaajista 14 prosentin mielestä seurakunta ei ole onnistunut tavoittamaan nuoria aikuisia kovinkaan hyvin. ”Ei lainkaan hyvin” -vaihtoehdon valitsi sen sijaan vain alle prosentti kaikista vastaajista, mikä tarkoittaa yhtä henkilöä.



KUVIO 7. Nuorten aikuisten tavoittaminen (n = 175)

Tarkasteltaessa miesten ja naisten vastauksia näkemyserot eivät nouse suuriksi tämänkään kysymyksen kohdalla (kuvio 8). Edellisestä kysymyksestä poiketen ”En osaa sanoa” -vaihtoehdon valinnut joukko on suurempi naisilla kuin miehillä. Molemmissa ryhmissä ”en osaa sanoa” -vaihtoehto edustaa myös suurinta joukkoa: naisilla sen on valinnut 52 prosenttia vastaajista, miehistä 41 prosenttia. Niistä vastaajista, jotka osasivat arvioida seurakunnan onnistumista nuorten aikuisten tavoittamisessa, suurin osa katsoi tavoittamisen onnistuneen melko hyvin. Sekä naisista että miehistä vaihtoehdon valitsi noin kolmannes vastaajista. ”Erittäin hyvin” -vaihtoehdon valitsi naisista viisi ja miehistä kolme prosenttia. Miehet ovat vastaajista kriittisempiä, sillä ”ei kovin hyvin” -vaihtoehdon valinneiden joukko miehissä yli kaksinkertainen.



KUVIO 8. Nuorten aikuisten tavoittaminen naisten (n = 111) ja miesten (n = 64) mukaan

6.2 Seurakunnan julkisuuskuva

Halusimme kartoittaa tutkielmassamme sitä, minkälainen julkisuuskuva Mikaelinseurakunnalla on vastaajien mielestä. Päätimme selvittää asian avoimen kysymyksen kautta, jotta saisimme mahdollisimman paljon erilaisia vastauksia ja aitoja mielipiteitä. 175 vastaajasta seurakunnan julkisuuskuvaa koskevaan kysymykseen vastasi 167 henkilöä. Julkisuuskuvan kartoittaminen oli tutkimuksen kannalta tärkeää, jotta osasimme tulkita oikealla tavalla kyselyn kokonaistuloksia ja muiden kysymysten vastauksia.

Avoimien vastausten perusteella Mikaelinseurakunta näyttäytyy julkisuudessa positiivisena ja nuorekkaana seurakuntana. 167 vastaajasta 122 (73 %) piti seurakunnan julkisuuskuvaa hyvänä ja positiivisena. Vastaajien kommenteissa toistuivat usein sanat *elävä, nuorekas, aktiivinen, ajankohtainen, ihmisläheinen, uskalias ja välittävä*.

Profiloitunut mielestäni positiivisella tavalla ottamalla myös nuoret aktiivisemmin mukaan seurakunnan toimintaan. Nuorekas seurakunta, joka ei ole kaavoihin kangistunut vaan uskaltaa ottaa rennommin.

Mikaelinseurakunnan julkisuuskuva on ajankohtainen. Seurakunta pyrkii selkeästi tavoittamaan ihmisiä tulemalla ihmisten luokse ja tarjoamalla hyvin arkista toimintaa normaalin toiminnan ohella.

Nuorekas. Kirkkoa yleisesti vaivaavaan konservatiivisuuteen nähden Mikaelinseurakunnassa on pyritty uusiutumaan ja kokeiltu rohkeasti uusia ideoita.

Tunnettu julkisuuden myötä. Melko nuorekas.

Turvapaikanhakijoiden suojele nousi positiivisena asiana esille muutamassa vastauksessa, mutta yksi piti asiaa negatiivisena julkisuuskuvan kannalta. Seurakunnan työntekijät ja heidän panoksensa positiiviseen julkisuuskuvaan mainittiin myös vastauksissa. Mikaelinseurakunta on aiheuttanut keskustelua mediassa, ja se koettiin pääosin hyvänä ja positiivisena asiana.

Hyvä. Mikaelinseurakunta on ollut julkisuudessa otettuaan suojiinsa turvapaikanhakijoita, mikä on omasta mielestäni humaania ja arvostettavaa. Soppatempaus yliopistolla lisäsi positiivista mielikuvaa.

Seurakunta ja kirkkoherra ovat melko paljon esillä, seurakunnalla vaikuttaa olevan paljon erilaista toimintaa.

Mielestäni melko dynaaminen. Pappien jalkautuminen kadulle sekä esim. turvapaikanhakija-asia.

Varsinkin kirkkoherran rohkea toiminta turvapaikka-asioissa on herättänyt ihailua. Kirkon toiminta musiikin saralla on myös kiinnostavaa.

Ihmisissä saanut keskustelua aikaiseksi.

Mikaelinseurakunta on nuorekas muihin seurakuntiin verrattuna. Lisäksi seurakunnalla on rohkeutta toimia oikeana pitämiensä asioiden puolesta.

Seurakunnan järjestämät musiikkitapahtumat on huomattu hyvin nuorten aikuisten keskuudessa, mikä nousi esille useassa vastauksessa. Vastauksissa nousi esille myös seurakunnan aktiivisuus ja toiminta muihin Turun seurakuntiin verrattuna.

Asiallinen silloin kun seurakunta on julkisuudessa. Järjestää paljon tapahtumia, joten melko aktiivinen seurakunta.

Todella myönteinen. Seurakunnan työntekijät ovat jalkautuneet ja esiintyneet mediassa edukseen. Mikaelinseurakunta ei ole jämähtänyt paikoilleen, vaan etsii työlleen uusia muotoja.

Paras johon olen eri kaupunkien seurakuntiin kuuluneena törmännyt. Mikaelinseurakunta on elinvoimainen, nuorekas ja vaikuttaa vähemmän jäykältä ja enemmän suvaitsevalta kuin kirkko noin yleensä.

Mikaelinseurakunta on nuorekas muihin seurakuntiin verrattuna. Lisäksi seurakunnalla on rohkeutta toimia oikeana pitämiensä asioiden puolesta.

Moniin muihin Turun seurakuntiin verrattuna Mikaelinseurakunta on nuorekas. Mm. teatterivierailut ja Loirin konsertit kiinnostavat ainakin ”kolme kymppisiä nuoria”.

167 vastaajasta 40:llä (24 %) ei ole minkäänlaista mielikuvaa omasta seurakunnasta. Julkisuuskuvaa kuvataan usein neutraaliksi. Osa perustelee tietämättömyyttään sillä, että suhde seurakuntaan on kestänyt vasta vähän aikaa. Suurin osa vastaajista ei perustele tietämättömyyttään millään tavalla.

Julkisuuskuva? Mielestäni ei millainenkaan. Onko se sitten hyvä vai huono? Ei seurakuntia juuri mainosteta tai tuoda julki

En osaa eritellä juuri Mikaelinseurakunnan julkisuuskuvaa muusta kirkon julkisuuskuvasta. Neutraali?

En ole ehtinyt asumaan Turussa vielä kovinkaan kauaa, joten en oikein osaa sanoa. Seurakunta siinä missä muutkin.

En ole ehtinyt muodostaa kunnan julkisuuskuvaa. Tiedottaminen seurakunnasta on vähäistä.

Kysymykseen vastanneista 167 vastaajasta vain viisi (3 %) kokee seurakunnan julkisuuskuvan negatiivisena. Näiden vastaajien mielestä julkisuuskuva on *näkymätön, etäinen, osittain huono ja tunkeileva*.

6.3 Seurakunnan viestintäkanavat ja niiden tarpeellisuus

Halusimme tutkia kyselymme avulla vastaajien kokemuksia siitä, mitä kautta he ovat aiemmin saaneet tietoa Mikaelinseurakunnasta ja sen toiminnasta. Tämän kysymyksen pohjalta saimme melko kattavan kuvan siitä, millaisessa tilassa seurakunnan viestintä on tällä hetkellä ja miten seurakunnan nuoret aikuiset ovat sen huomanneet. Näiden tietojen pohjalta oli mielekkäämpää lähteä pohtimaan niitä lähestymistapoja, joilla seurakunnan viestintää voisi lähteä kehittämään. Tutkimme näitä asioita sekä monivalintakysymysten että avoimen kysymyksen kautta. Tarkastelemme tässäkin luvussa tuloksia sekä kokonaisjoukkona että miesten ja naisten vastauksia erikseen. On huomioitava, että vastaajat saivat valita näissä kysymyksissä useamman kuin yhden vastausvaihtoehdon eikä vastauksia tarvinnut arvottaa mihinkään järjestykseen. Osa vastaajista ei valinnut mitään vastausvaihtoehtoa. Taulukoissa suluissa olevat luvut ovat vastaajien lukumääriä.

Kyselymme osallistuneista nuorista aikuisista 40 prosenttia on saanut tietoa Mikaelinseurakunnasta ja sen toiminnasta seurakunnan oman lehden välityksellä (taulukko 1). Lehti nousi tärkeimmäksi viestintäfoorumiksi sekä nais- että miesvastaajilla. Seuraavaksi eniten tietoa seurakunnan toiminnasta saatiin muu median kautta, johon voi laskea muun muassa sanomalehdet, radion ja television. Vastaajista noin 30 prosenttia oli saanut tietoa Mikaelinseurakunnasta muun median kautta. Kaikista vastaajista 25 prosenttia oli saanut tietoa ”muuta kautta”, ja vastausta oli mahdollisuus tarkentaa avoimella vastauksella. Lähes kaikissa avoimissa vastauksissa tieto oli saatu postitse kotiin tulleiden kirjeiden ja kutsujen kautta. Yksittäisissä vastauksissa tiedottamiskanavina mainittiin partio, vanhemmat ja koulu. Mikäli vastausvaihtoehdoissa olisi ollut valmiina kohta postitse tulevista kirjeistä, uskomme, että prosenttimäärä tässä kohtaa olisi ollut paljon suurempi. ”Muut” tiedonsaantikanavat ovat naisille hieman tärkeämpiä kuin miehille.

Kokonaisjoukkoa tarkasteltaessa neljänneksi yleisin kanava seurakunnan tiedottamisen kannalta ovat ystävät 19 prosentilla vastaajista. Ystävät ovat naisille selvästi tärkeämpi tiedonsaantikanava kuin miehille, samoin kuin seurakunnan verkkosivut. Kokonaisjoukkoa tarkasteltaessa verkkosivut toimivat foorumina noin 14 prosentille vastaajista. Vähiten mainintoja saivat seurakunnan tapahtumat, jonka mainitsi kymmenen prosenttia vastaajista. Tiedonsaaminen tapahtumissa nousi kuitenkin tärkeämmäksi miehillä kuin naisilla. Vastausten mukaan naiset näyttävät olevan aktiivisempia ja monipuolisempia tiedonhankkijoita miehiin verrattuna.

TAULUKKO 1. Naisvastaajien (n = 111), miesvastaajien (n = 64) ja kaikkien vastaajien (n = 175) tiedonsaanti Mikaelinseurakunnasta ja sen toiminnasta

Mitä kautta olet saanut tietoa Mikaelinseurakunnasta ja sen toiminnasta?	Naiset % (f) *	Miehet % (f)	Kaikki vastaajat % (f)
Seurakunnan lehdestä	44 % (49)	33 % (21)	40 % (70)
Muun median kautta	32 % (35)	30 % (19)	31 % (54)
Seurakunnan verkkosivuilta	17 % (19)	9 % (6)	14 % (25)
Seurakunnan tapahtumista	8 % (9)	13 % (8)	10 % (17)
Ystäviltä	23 % (26)	13 % (8)	19 % (34)
Muuta kautta	27 % (30)	22 % (14)	25 % (44)

* f = frekvenssi. Havaintoarvon esiintymiskertojen lukumäärä aineistossa.

Yksi tärkeimmistä asioista tutkimuksemme kannalta oli selvittää, miten nuoret aikuiset toivoisivat seurakunnan lähestyvän heitä ja tiedottavan toiminnastaan. Toivotuimmaksi keinoksi nousivat postitse kotiin tulevat kutsut tapahtumiin. Niiden kannalla oli 67 prosenttia kaikista vastaajista (taulukko 2). Mikaelinseurakunta on lähettänyt kutsuja postitse jo usean vuoden ajan, ja seurakuntalaiset selvästi kokevat sen mielekkääksi.

TAULUKKO 2. Naisvastaajien (n = 111), miesvastaajien (n = 64) ja kaikkien vastaajien (n = 175) näkemykset siitä, miten seurakunnan tulisi lähestyä nuoria aikuisia

Miten Mikaelinseurakunnan tulisi mielestäsi lähestyä nuoria aikuisia?	Naiset % (f)	Miehet % (f)	Kaikki vastaajat % (f)
Seurakunnan omissa tapahtumissa	40 % (44)	28 % (18)	35 % (62)
Seurakunnan verkkosivujen välityksellä	46 % (51)	41 % (26)	44 % (77)
Postitse kutsumalla tapahtumiin	78 % (86)	50 % (32)	67 % (118)
Tulemalla nuorten luo esimerkiksi ravintoloihin ja jalkautumalla kadulle	14 % (15)	17 % (11)	15 % (26)
Nuorille aikuisille suunnatun oman lehden välityksellä	32 % (36)	34 % (22)	33 % (58)
Muuten	4 % (4)	11 % (7)	6 % (11)

Kartoitimme mielekkäintä lähestymistapaa myös avoimella kysymyksellä, ja vastauksissa kotiin tulevan perinteisen postin merkitys oli mainittu useissa lomakkeissa.

Postissa tulevat kirjeet ja kutsut tulee ainakin henk. koht. avattua.

Postitse tavoittaa hyvin tällaiset vähemmän aktiiviset jäsenet.

Parhaiten mielestäni postitse. Postin avaa aina, mutta välttämättä omaloitteisesti ei tule käytyä internet sivuilla.

Perus postilaatikosta tipahtava kirje on aina kiva saada.

Itse koen postitse lähestymisen parhaimmaksi keinoksi, sillä itse en tule muuten seuranneeksi seurakunnan tapahtumia.

Kotiin tulevat kirjeet ovat myös hyviä, kunhan ovat asiaa eivätkä ilmesty liian usein (viikoittain).

Kuten edellä on mainittu, Mikaelinseurakunnan nuorista aikuisista vastaajista vain 14 prosenttia mainitsi seurakunnan verkkosivut foorumina, josta he ovat saaneet tietoa seurakunnasta ja sen toiminnasta. 175 vastaajasta kuitenkin 44 prosenttia mainitsee verkkosivut kanavaksi, jonka kautta seurakunnan toivotaan lähestyvän nuoria aikuisia tulevaisuudessa. Verkkosivut nousevat toiselle sijalle heti postitse tulevien kirjeiden ja kutsujen jälkeen. Internet tuli vahvasti esille myös avoimen kysymyksen vastauksia tarkasteltaessa.

Netti on varmasti paras väline. (nettisivut/sähköposti) Sieltä tietoa osaavat etsiä myös ne henkilöt, joita se kiinnostaa.

Luulen että internet on tehokkain tapa tavoittaa nuoret aikuiset. Jos itse tarvitsen tietoa mistä vaan, ni kyllä sitä netistä hakee.

Nuori etsii tietoa netistä joten kehittäkää nettisivuja.

Nuoret aikuiset, jotka ovat kiinnostuneita seurakunnan toiminnasta varmasti vierailevat verkkosivuilla.

Tietokoneiden käyttö on niin jokapäiväistä nykyään että suurin osa nuorista aikuisista käyttää internetiä päivittäin, itse käytän keskustelusivustoja internetissä aina kun jokin asia mietityttää.

Toisaalta verkkosivut ja internetin käyttäminen tiedonvälityskanavana koetaan huonoksi vaihtoehdoksi. Avoimissa vastauksissa tuli vahvasti esille se, että seurakunnan toiminnasta kiinnostuneet osaavat kyllä etsiä itse tietoa verkosta, mutta muut vähemmän aktiiviset seurakuntalaiset eivät osaa eivätkä halua sinne hakeutua. Vastauksista voisikin päätellä, että nuoret aikuiset haluavat tiedon verkkosivuille osittain siksi, että heidän ei tarvitse ottaa sitä vastaan vasten tahtoaan.

Uskontoon ja seurakuntaan liittyvät asiat ovat monelle herkkiä, jopa asenteellisia. Siksi kannattaa olla näkyvillä esim. omilla nettisivuilla, mutta ei kannata tulla tuputtamaan tietoa esim. ravintoloissa tai kadulla.

Netissä ei varmaan nuoret osaa hakeutua seurakunnan sivuille.

Internetsivuilla tuskin tulee käytyä ellei etsi jotakin tiettyä informaatiota.

Netistä saa halutessaan helposti tietoa, mutta vaatii vaivannäköä.

Nuoret, jotka eivät ole olleet seurakunnan toiminnassa lainkaan mukana, eivät lue seurakunnan nettisivuja.

Kolmanneksi tärkeimmäksi tiedotuskanavaksi seurakunnan toiminnalle arvioitiin seurakunnan omat tapahtumat. Kokonaisjoukosta tämän vaihtoehdon valitsi 35 prosenttia vastaajista. Seurakunnan tapahtumat jäivät viimeiselle sijalle kysymyksessä, jossa tarkasteltiin vastaajien kokemuksia siitä, mitä kautta he ovat saaneet tietoa toiminnasta aiemmin. Siksi onkin hieman yllättävää, että nuorten lähestyminen seurakunnan tapahtumissa nousee näin toivotuksi lähestymistavaksi. Toisaalta tulosta voi tulkita myös samalla tavalla kuin verkkolehden kohdalla: osa nuorista aikuisista haluaa itse tulla informaation luokse eivätkä tahdo, että sitä tuodaan heidän luoksensa.

Lähes yhtä toivotuksi kuin lähestyminen seurakunnan tapahtumissa nousi tiedottaminen nuorisolle suunnatun oman lehden välityksellä. Tämän vaihtoehdon valitsi kaikkiaan 33 prosenttia vastaajista. Kyselyyn vastanneet nostivat seurakunnan lehden vahvasti esille myös avoimissa vastauksissa.

Moninaisen lehden muodossa! Ei muuta kuin iloista, värikästä lehteä tekemään jossa esim. nuorten omakohtaisia kokemuksia! Erinäisiä palstoja, mielekkäitä artikkeleja!

Lehti olisi varmaan hyvä ratkaisu. Siinä tulisi kuitenkin olla sellaista luetavaa mikä todella kiinnostaa nuoria.

15 prosenttia vastaajista valitsi toimivaksi lähestymiskeinoksi seurakunnan tulemisen nuorten luo esimerkiksi ravintoloihin ja jalkautumalla kadulle. Tässäkin kysymyksessä vastaajan oli mahdollisuus kirjoittaa oma lyhyt vastauksensa, mikäli antamamme valmiit vaihtoehdot eivät sopineet. Vastaajista hieman yli 6 prosenttia vastasi jonkin muun vaihtoehdon. Näissä vastauksissa nuoret aikuiset toivoivat lähestymistä enimmäkseen sähköpostin välityksellä. Yksittäisissä vastauksissa lähestymistä toivottiin muun muassa Facebookin, tekstiviestien, nuorisotilojen ja mainoslehtisten kautta. Sähköposti, tekstiviestit ja Facebook olivat toivottuja myös avoimen kysymyksen vastauksissa. Avovastauksissa toivottuja lähestymiskanavia olivat lisäksi ilmaisjakelulehdissä ja maksullisissa sanomalehdissä mainostaminen, kutsuminen nuoria kiinnostaviin tapahtumiin sekä tiedotus ja yhteistyö yliopistoilla ja muissa korkeakouluissa.

Verrattaessa naisten ja miesten vastauksia seurakunnan parhaista lähestymistavoista ei noussut esiin kovin suuria eroja. Huomattavin ero nousee esille postitse lähetettävien

kutsujen vastausmäärissä. Miehistä vaihtoehtoon valitsee puolet vastaajista, kun naisilla postitse kutsun haluaisi 78 prosenttia. Naispuolisten vastaajien keskuudessa seurakunnan omissa tapahtumissa lähestyminen oli kolmanneksi suosituin keino kun seurakunnan haluttiin ottavan heihin yhteyttä. Miehillä seurakunnan tapahtumissa lähestyminen mainittiin vasta neljäntenä. Miehet valitsivat puolestaan kolmanneksi useimmin nuorille aikuisille suunnatun oman lehden tehokkaimpana lähestymiskeinona.

6.4 Seurakunnan nuorille suunnattu toiminta

Halusimme selvittää tutkimuksessamme myös nuorten aikuisten kiinnostusta osallistua seurakunnan toimintaan. Tulos antaa arvokasta tietoa seurakunnan toiminnan kehittämistä varten, joten aihealueen käsittely oli luonteva valinta tutkimuksemme kannalta. Kartoitimme kiinnostusta toimintaan yhden monivalintakysymyksen avulla. Mikäli vastaaja ei löytänyt sopivaa vaihtoehtoa ehdottamiemme joukosta, oli hänellä myös mahdollisuus vastata omilla sanoilla. Vastauksia tarkasteltaessa tulee huomioida, että vastaajat saivat valita tässäkin kysymyksessä useamman vastausvaihtoehtoon eikä vastauksia pitänyt laittaa mihinkään järjestykseen. Osa vastaajista jätti kokonaan vastaamatta kysymykseen.

175 vastaajasta yli 70 prosenttia valitsi seurakunnan kiinnostavaksi toiminnaksi musiikkitapahtumat (taulukko 3). Toiseksi eniten kiinnostusta kokonaisuutta tarkasteltaessa keräsivät nuorille suunnatut tapahtumat, joita piti kiinnostavina 39 prosenttia vastaajista.

TAULUKKO 3. Naisvastaajien (n = 111), miesvastaajien (n = 64) ja kaikkien vastaajien (n = 175) kiinnostus seurakunnan toimintaan

Mikä Mikaelinseurakunnan toiminta kiinnostaa sinua?	Naiset % (f)	Miehet % (f)	Kaikki vastaajat % (f)
Nuorille suunnatut tapahtumat	41 % (46)	34 % (22)	39 % (68)
Jumalanpalvelukset	14 % (15)	4 % (3)	10 % (18)
Kirkolliset toimitukset/juhlat	25 % (28)	9 % (6)	19 % (34)
Musiikkitapahtumat	78 % (87)	56 % (36)	70 % (123)
Vapaaehtoistoiminta	16 % (18)	13 % (8)	15 % (26)
Kerhot ja leirit	14 % (16)	11 % (7)	13 % (23)
Muu	6 % (7)	6 % (4)	6 % (11)

Musiikkitapahtumat ja muut nuorille suunnatut tapahtumat mainittiin useasti myös lomakkeen lopussa, jossa oli mahdollista lähettää seurakunnalle terveisiä tai toiveita.

Ilta-aikaan lisää nuorille suunnattuja tapahtumia. Esim. musiikkikonsertteja.

Metallimessu saisi olla useammin muutenkin erilaiset teemamessut voisivat purra nuoriin.

On ollut mukavaa, kun on postitse saanut kutsuja mm. teatteriesityksiin. Tällaista toimintaa voisi kehittää edelleen.

Minusta Mikaelinseurakunnan teatterikutsu oli todella positiivinen asia, koska haluaisin jo parantaa seurakuntakäsitystäni tai jos sitä ei tapahdu, saatan erota kirkosta. Kirkon toiminnan tulisi ottaa huomioon, ettei kaikki siihen osallistuvat ole uskovaisia.

Itse en ole kovin hyvää kohderyhmää, mutta nuorille joille uskonto on tärkeää, kannattaa edelleen järjestää ohjelmaa. Nuorekkuus ja joustavuus on valttia nyt kun ev.lut. seurakunnat ja kristinuskko on vanhoillisessa maineessa.

Olen positiivisesti yllättynyt siitä, että Mikaelinseurakunta ottaa yhteyttä kutsuilla esim. jääkiekko-otteluun tai teatteriesityksiin. Hyvä tapa tavoittaa nuoret ja nuoret aikuiset.

Vaikka en ole itse oikeastaan mihinkään osallistunut, on ollut kiva huomata kuinka aktiivisesti seurakunnassa järjestetään muitakin yhteisiä tapahtumia kuin esim. jumalanpalveluksia.

Hieno huomata että seurakunta panostaa myös tähän nuorten aikuisten ns. väliinpuotoajaryhmään.

Kokonaisjoukon vastauksissa kirkolliset toimitukset ja juhlat nousevat kolmanneksi kiinnostavimmaksi seurakunnan toiminnaksi. Ne valitsi 19 prosenttia kaikista vastaajista. Erityisesti kaste ja vihkiminen tulevat tärkeiksi useille nuorille aikuisille jossakin vaiheessa elämää, joten sen perusteella kirkollisten toimitusten valitseminen oli odotettavissa. 15 prosenttia vastaajista mainitsi vapaaehtoistyön kiinnostavana toimintamuotona, sen jälkeen tulivat kerhot ja leirit noin 13 prosentin osuudellaan. 10 prosenttia vastaajista valitsi jumalanpalvelukset kiinnostavaksi toiminnaksi, ja 6 prosenttia valitsi ”muu”-vaihtoehdon. Näiden vastaajien joukossa kiinnostavaksi toiminnaksi kerrottiin yksittäisvastauksissa muun muassa liikuntatoiminta, kulttuuritapahtumat, nuorille aikuisille suunnatut illat, kirkon ulkomaanapu ja lapsille suunnatut tapahtumat. Useimmissa

”muu”-vaihtoehdon avovastauksissa ilmoitettiin, että mikään seurakunnan toiminta ei ole itselle kiinnostavaa.

Naisten ja miesten vastauksia verrattaessa kävi ilmi, että sukupuolten mielipiteet eivät olleet täysin yhteneväiset. Miehistä 56 prosenttia mainitsi musiikkitapahtumat kiinnostavana seurakunnan toimintana, kun taas naisista siihen päätyi 78 prosenttia vastaajista. Nuorille suunnatut tapahtumat ja musiikkitapahtumat keräsivät eniten mainintoja sekä mies- että naisvastaajilla, mutta naiset nostivat kirkolliset toimitukset ja juhlat kiinnostavammiksi tapahtumiksi miehiin verrattuna. Miehet puolestaan valitsivat vapaaehtoisuustoiminnan sekä kerhot ja leirit ennen kirkollisia toimituksia. Jumalanpalvelukset saivat vähän mainintoja molempien ryhmien kohdalla. Naisvastaajien tuloksissa erottuu selvästi korkeammat prosenttiluvut kaikissa vaihtoehdoissa, joten näyttäisi siltä, että he ovat enemmän kiinnostuneita seurakunnan toiminnasta yleensäkin.

6.5 Seurakunnan ilmaisjakelulehti Mikaelilainen

Mikaelinseurakunta julkaisee vuosittain marraskuussa omaa sanomalehteään Mikaelilaista. Lehti jaetaan jokaiseen talouteen seurakunnan alueella. Koska tutkimuksemme käsittelee Mikaelinseurakuntaa ja sen nuorille suunnattua viestintää, halusimme toteuttaa opinnäytetyömme tuoteosana seurakunnan lehden yhden numeron. Kuten aiemmin on todettu, Mikaelinseurakunta panostaa tällä hetkellä vahvasti nuoriin aikuisiin ja siihen, että saisivat heitä enemmän mukaan toimintaan. Vuonna 2008 Mikaelilaisen teemana olivat nuoret aikuiset, ja lehden sisältö suunniteltiin heitä silmällä pitäen. Koska tutkielmamme aiheena ovat juuri nuoret aikuiset ja heihin kohdistunut viestintä, halusimme jatkaa teemaa myös tuoteosana tehtävässä lehdessä syksyllä 2009.

Tämän takia oli luonnollista kysyä kyselylomakkeessa mieluisia aihepiirejä, joista seurakunnan nuoret aikuiset voisivat kiinnostua lehteä lukiessaan. Vastaajat saivat valita tässäkin kysymyksessä useita vastausvaihtoehtoja tai kirjoittaa kokonaan oman ideansa tyhjään kohtaan. Osa vastaajista jätti kokonaan vastaamatta kysymyksen.

Kokonaisjoukkoa tarkasteltaessa selvästi suosituin aihe seurakunnan lehdessä olisivat ajankohtaiset ilmiöt (taulukko 4). 175 vastaajasta sen valitsi 77 prosenttia. Nuorten aiheet nousivat mielekkääksi juttuaiheeksi 50 prosentin mielestä ja sen jälkeen kolmante-

na tulivat seurakunnan tapahtumat 42 prosentilla vastaajista. Kuten edellä on mainittu, seurakunnan nuorille suunnatut tapahtumat nousivat toiselle sijalle kysyttäessä kiinnostusta seurakunnan toimintaan. Ei siis ole yllätys, että seurakunnan tapahtumista luetaan mielellään myös lehdestä. Selvästi vähemmän kiinnostusta herättivät seurakunnan toimintaa koskevat jutut (23 prosenttia vastaajista) ja uskontoa ja uskon asioita koskevat jutut (14 prosenttia vastaajista). Seurakunnan työntekijöistä kertovat aiheet eivät myöskään olleet toivottuja kuin 14 prosentilla vastaajista. Osa vastaajista mainitsi myös aihealueen meidän laatimamme listan ulkopuolelta. Yksittäiset vastaajat toivoivat seurakunnan lehteen juttuja muun muassa tasa-arvosta, kirkon tekemästä hyväntekeväisyystyöstä, seurakunnan alueen ihmisistä ja nuorten perheiden asioista. Listalla mainittiin myös filosofia, kirkon ulkomaanapu ja verkkoyhteisöt.

Miehiä ja naisia verratessa vastauksissa ei esiintynyt suuria eroja. Molemmilla ryhmillä ajankohtaisten ilmiöiden käsitteleminen nousi suosituimmaksi yli 70 prosentilla vastaajista, naisilla luku oli jopa 79 prosenttia. Nuorten aiheet ja seurakunnan tapahtumat keräsivät mainintoja seuraavaksi eniten sekä mies- että naisvastaajilla. Tässäkin kysymyksessä nousee vahvasti esille naisten suurempi kiinnostus seurakunnan toimintaan, sillä prosenttiluvut ovat miehiä korkeampia useimpien vastausten kohdalla. Naiset ilmaisivat esimerkiksi selvästi enemmän kiinnostusta seurakunnan toimintaa ja työntekijöitä käsitteleviä juttuja kohtaan.

TAULUKKO 4. Naisvastaajien (n = 111), miesvastaajien (n = 64) ja kaikkien vastaajien (n = 175) käsitykset siitä, mitkä ovat kiinnostavia juttuaihteita seurakunnan lehdessä

Mistä aihepiireistä haluaisit lukea juttuja Mikaelinseurakunnan lehdestä?	Naiset % (f)	Miehet % (f)	Kaikki vastaajat % (f)
Seurakunnan tapahtumat	46 % (51)	36 % (23)	42 % (74)
Seurakunnan toiminta	28 % (31)	14 % (9)	23 % (40)
Uskonto ja uskon asiat	14 % (15)	14 % (9)	14 % (24)
Seurakunnan työntekijät	18 % (20)	6 % (4)	14 % (24)
Ajankohtaiset ilmiöt	79 % (88)	73 % (47)	77 % (135)
Nuorten aiheet	51 % (57)	47 % (30)	50 % (87)
Muu	9 % (10)	5 % (3)	7 % (13)

7 RYHMÄHAASTATTELUN TULOKSET

Toteutimme kaksi ryhmähaastattelua huhtikuussa 2009 tarkoituksena syventää kyselytutkimuksen aihepiirejä. Kumpaankin haastatteluun osallistui kolme ihmistä, jotka kuuluivat Mikaelinseurakuntaan ja olivat iältään 20–30-vuotiaita. Jaoin keskustelijat aktiivisiin ja ei-aktiivisiin seurakuntalaisiin, jotta pääsisimme vertailemaan heidän mielipiteitään.

Keskustelu oli vapaata, ja järjestäjinä ohjasimme keskustelua kysymyksillä. Koska keskustelun annettiin suurimmaksi osaksi edetä omalla painollaan, ei ryhmissä välttämättä keskusteltu samoista asioista, vaan esille nousi luonnollisesti eri aihepiirejä.

7.1 Aktiivisten ryhmä

Aktiivisten ryhmässä keskusteli kolme naista, A, B ja C, jotka ovat kuuluneet Mikaelinseurakuntaan 4–5 vuotta. Kaikki kertoivat pitävänsä seurakunnan viestintää tarpeellisena, mutta esiin nousi heti huoli siitä, että kirkko ei tavoita jäseniään. Yhtenä ratkaisuna tähän ehdotettiin erilaisia tempauksia, joissa näkyviin nousisi seurakunta ja sen tekemä työ. Esiin nousi myös, että seurakunnan toiminnan koettiin loppuvan rippikoulun jälkeen. Nuorten aikuisten todettiin olevan haastava kohderyhmä lähestyä. Samalla kun he ovat kriittisiä, joukkoon mahtuu paljon erilaisia ihmisiä: opiskelijoita ja perheellisiä, jotka etsivät tapahtumia ja toimintaa eri viitekehyksistä.

7.1.1 Kirjeellä, sähköpostilla ja tekstiviestillä lähestyminen

Keskusteluryhmän jäsenet kokivat seurakunnan lähestymisen postilla henkilökohtaiseksi ja hyväksi keinoksi ottaa yhteyttä nuoriin aikuisiin. Ihmisten arveltiin lukevan edelleen perinteistä kirjepostia sähköpostia paremmin.

-- mua rohkaisee ja tulee sellainen olo, että hei, mulle on tullut postia, mun nimellä seurakunnalta. Niin sit on sellainen olo jotenkin, että tämän täytyy nyt olla jotain tärkeää ja hienoa. Niin silloin sinne tulee myös lähdettyä. (Keskustelija C.)

Seurakunnan kohdalla se on arvo. Tavallaan lisäarvoa. Varsinkin jos mietitään tätä meidän ikäluokkaa. Et kyllä se jonkunlaista lisäarvoa siihen tuo. (Keskustelija B.)

Perinteinen kirje koettiin paremmaksi tavaksi lähestyä nuoria aikuisia kuin esimerkiksi sähköposti. Sähköpostiin arveltiin tulevan paljon roskapostia, josta esimerkiksi seurakunnan lähettämä teatterikutsu ei erottuisi. Sähköpostin arveltiin jäävän myös helposti vain lukematta ja todettiin, etteivät kaikki kuitenkaan käytä sähköpostia. Keskustelijoista kaksi sanoi tavallisen postin olevan heille paras tapa lähestyä, kolmas kertoi etsivänsä tietoa internetistä, mutta piti silti tavallista kirjettä luotettavimpana tapana tavoittaa.

Myös sitä, että seurakunta muistaa alueelle muuttavia nuoria aikuisia Tervetuloa seurakuntaan -kirjeellä ja esimerkiksi kutsulla jääkiekkopeliin, pidettiin hyvänä asiana. Tämä koettiin hyväksi tavaksi varsinkin niiden kannalta, jotka muuttavat seurakunnan alueelle muulta paikkakunnalta. Keskustelijoiden mukaan nuorille aikuisille lähetettävien kirjeiden mukaan voisi hyvin liittää tietoja esimerkiksi nami-toiminnasta, eli nuorten aikuisten toiminnasta Mikaelissa.

Tekstiviestillä lähestymistä ei koettu niinkään positiivisena asiana. Se koettiin liian henkilökohtaisena, ja toisaalta keskustelijat ajattelivat, että tekstiviestejä tulee muutenkin paljon kaupallisilta tahoilta.

7.1.2 Seurakunnan internet-sivut

Yksi keskustelijoista kertoi käyneensä seurakunnan internet-sivuilla, mutta ei muuten käytä internetiä juuri lainkaan. Kaksi muuta käyttää internetiä säännöllisesti, ja toinen heistä käy Mikaelinseurakunnan sivuilla tasaisin väliajoin etsimässä tietoa tapahtumista. Hän kertoi huomanneensa seurakuntien viestinnässä sen, että seurakuntien internetsivu-ja ei välttämättä päivitetä kovin usein.

Tavallaan kun kukaan ei tavallaan tee sitä, no hengellisillä järjestöillä se on vielä useimmin se ongelma, kun kukaan ei tavallaan, ketään ei ole laitettu siihen vastaamaan siitä, niin sit joku tekee sitä vasemmalla kädellä. (Keskustelija B.)

Keskustelijoiden mielestä yksi tärkeä asia internet-sivuilla on tapahtumien näkyvyys ja se, ettei mitään tapahtumaa aliarvioitaisi. Myös hengellistä antia toivottiin esimerkiksi kirkkoherran kirjoittamina teksteinä. Keskustelijat innostuivat mahdollisuudesta lukea seurakunnan työntekijöiden blogeista niistä arkisista asioista, joita työntekijät kokevat työssään ja arjessaan. Blogeihin kirjoittamista pidettiin nousevana trendinä, ja blogia pidettiin yhtenä vaihtoehtona saada työntekijät enemmän näkyviin.

Keskustelijat toivoivat, että jokaisesta seurakunnan työntekijästä olisi internet-sivuilla pienet esittelyt, iät, kuvat ja yhteystiedot. Kuva ja pieni esittely helpottaisivat yhteydenottoa esimerkiksi ongelmatilanteissa, kun ei tiedä kenen puoleen kääntyä. Tätä toivottiin varsinkin toiminnallisten työmuotojen, kuten nuorten aikuisten ja nuorisotyön, tekijöistä. Internetsivujen visuaaliseen ilmeeseen ja päivittämiseen toivottiin panostusta. Keskustelijat ajattelivat, että sivuilta ei löydy tietoa, jos ne näyttävät huonosti päivitetyiltä.

Tietenkin olis ihana ajatella että ne keskittyy siihen mikä on oikeasti tärkeää. Mutta mulle tulee valitettavasti vähän sellainen olo[huonosti tehdyistä sivuista] että miten ne sitä muuta työtä tekee. (Keskustelija B.)

7.1.3 Seurakunnan näkyminen julkisissa tiloissa

Keskustelijat suhtautuivat positiivisesti siihen, että papit lähestyvät heitä esimerkiksi kaupungilla tai erilaisissa tilaisuuksissa, kuten Mikaelinseurakunnan järjestämässä Papit baanalla -tempauksessa, jossa papit lähtevät ihmisten pariin yökerhoihin ja ravintoloihin. Mahdollista lähestymistä ei pidetty tungettelevana, vaan arveltiin ennakkoluulojen seurakunnan työntekijöitä kohtaan murenevan keskustelujen aikana. Tämänkaltaisten tapahtumien arveltiin joillekin toimivan reittinä seurakunnan toimintaan.

Tapahtumat ovat omalta osaltaan auttaneet seurakunnan näkyvyydessä ja tunnettavuudessa, mutta myös seurakunnan kirkkoherra Jouni Lehikoinen tunnistettiin nimeltä joutuessaan esimerkiksi hänen näkymisestään maahanmuuttajia koskevissa asioissa.

Myös Mikaelinseurakunnan kutsut Linnateatterin näytöksiin saivat myönteistä palautetta. Positiiviseksi koettiin neutraali paikanvalinta ja se, että tapahtumiin voi lähteä mukaan, vaikka ei muuten olisikaan mukana seurakunnan toiminnassa.

Linnateatteri, se ei ole mikään kirkkotila. Ei tule sellainen olo et pitää olla jotain. Joo, mä erittäin myönteisesti suhtaudun myös siihen Bar Kukaan ja niinku kaikkiin näihin. Se ei tarkoita sitä että pitäis tinkiä jostain sanomasta tai omasta identiteetistä, ei ole kyse siitä vaan niinku siitä että mennään sinne missä ihmiset on. (Keskustelija B.)

7.1.4 Toiminnasta tiedottaminen

Keskustelijat totesivat, että he eivät tiedä paljonkaan seurakunnan nuorille aikuisille suunnatusta toiminnasta. Yksi keskustelijoista ei ollut löytänyt keinoa päästä mukaan seurakunnan toimintaan, ja hänellä oli nuorten aikuisten toiminnasta mielikuva, että siihen on vaikea tulla mukaan ulkopuolelta. Kaksi muuta olivat aktiivisia järjestötoiminnassa muualla.

Sitten mietin miksi itse käyn kuitenkin muualla. Ehkä sit se, että en tiedä siitä nuorten aikuisten toiminnasta [Mikaelinseurakunnassa] oikeasti juuri mitään. (Keskustelija A.)

Yhtenä ratkaisuna sille, että nuorten aikuisten toiminnasta saataisiin tiedotettua enemmän, pidettiin sitä, että seurakunta tulisi kertomaan toiminnastaan esimerkiksi yliopiston lukukauden aloitukseen, missä muut järjestöt esittelevät toimintaansa. Sitä, että papit tulisivat mukaan kertomaan toiminnasta, pidettiin erityisen arvokkaana. Eräs toimintamuoto, Vaimoillat, nousi esiin nimensä takia. Nimeä pidettiin poissulkevana, koska keskustelijat eivät olleet avioliitossa.

7.1.5 Seurakunta sosiaalisessa mediassa

Keskustelijoista kaksi kuuluu Facebookiin. He kertoivat, että liittyisivät Mikaelinseurakunnan Facebook-ryhmiin, jos niitä olisi ja jos he itse olisivat enemmän mukana toiminnassa. Liittymistä mahdolliseen ryhmään pidettiin kannanottona itselleen tärkeän asian puolesta ja keinona saada tietoa tapahtumista. Ryhmään ei liittyttäisi esimerkiksi keskustelupalstan keskustelujen takia. Yksi keskustelija nosti esiin sen, että hän pitää

hyvänä, että Facebookin kautta muille käyttäjille selviävät hänen uskonnolliset kytköksensä, ilman että niitä tuo muuten esiin.

Facebookiin suhtauduttiin myös kriittisesti. Keskustelijat eivät pitäneet sitä hyvänä ratkaisuna, jos asioista viestitään vain Facebookin kautta. Jos seurakunta näkyisi Facebookissa, toivottiin, että se olisi vain lisä, ei koko tiedotuksen perusta. Keskustelijat toivoivat, että Facebook-ryhmää mietittäisiin siitä näkökulmasta, palveleeko se tarkoitustaan.

7.1.6 Seurakunnan ilmasjakelulehti Mikaelilainen

Yksi keskustelijoista muisti viime syksynä ilmestyneen Mikaelilainen-lehden hyvin ja piti sitä ehdottomasti hyvänä asiana. Toinen muisti lehden pienen muistelun jälkeen, ja kolmas ei ollut varma, oliko lukenut lehteä. Lehteä pidettiin hyvänä asiana, varsinkin sitä, että se on seurakunnan täysin oma julkaisu, eikä Turun ja Kaarinan seurakuntayhtymän yleisjulkaisu. Keskustelijat toivoivat, että lehdessä esiteltäisiin eri työmuotoja, uutisia ja myös seurakuntalaisten ääni tulisi esiin. Myös hengellistä antia ja monipuolisuutta toivottiin. Seurakunnalta toivottiin kannanottoja ajankohtaisiin asioihin, kuten talouskriisiin, ja myös arkoihin asioihin, kuten eri sukupuolta olevien välisiin liittoihin. Juttujen toivottiin käsittelevän myös teologiaa syvältä, eikä vain pintapuolisesti.

Keskustelussa tuli esiin joitakin konkreettisia juttuideoita. Yksi niistä oli Papit baanalla -tapahtuma, josta seurakunnan sanottiin olevan kuuluisa. Toinen aihe, mistä haluttiin lukea lehdestä, oli seurakunnan jääkiekkjoukkue. Nuoreen aikuiseen vetoavaa, heidän kielellään kirjoitettua kolumnia pidettiin tärkeänä.

7.2. Ei-aktiivisten ryhmä

Ei-aktiivisten ryhmässä keskusteli kaksi naista (F ja E), sekä yksi mies (D). He ovat olleet Mikaelinseurakunnan jäseniä puolesta vuodesta kolmeen vuoteen. Osa on ollut aktiivisia seurakunnassa rippikouluikäisinä, mutta nykyään aktiivisuus on jäänyt. Kirkossa he kertoivat käyvänsä häissä, hautajaisissa ja rippikoulun konfirmaatiotilaisuuksissa. Osallistujat F ja E kertoivat lukevansa Turun ja Kaarinan seurakuntayhtymän Kirkko ja Me-lehteä omasta mielenkiinnostaan. Keskustelija D totesi useaan kertaan,

että hän ei halua itse ottaa seurakuntaan yhteyttä esimerkiksi internetin kautta, vaan halua mieluummin seurakunnan lähestyvän häntä.

7.2.1 Kirjeellä, sähköpostilla ja tekstiviestillä lähestyminen

Kaksi keskustelijoista oli viimeisen puolen vuoden aikana muuttanut seurakunnan alueelle ja he muistivat seurakunnan lähestyneen heitä Tervetuloa seurakuntaan -kirjeellä. Myös teatterikutsut muistettiin.

Seurakuntalaisten lähestyminen kirjeitse koettiin hyvänä ja henkilökohtaisena asiana ja todettiin, että kirje tulee ainakin aukaistua.

Mun tapauksessa se on varmaan varmin tapa saada viesti perille. Kun se kirje täytyy avata kuitenkin ja ainahan sen kirjeen aukaisee kuitenkin kun se tulee kotiin. (Keskustelija D.)

Esille nousi toisaalta myös epäily siitä, mitä kirjeillä ja kutsuilla ajettiin takaa. Epäilyksenä oli, että jääkiekko-otteluun osallistumisella yritettiin ”käännyttää” seurakunnan toimintaan mukaan. Toisaalta keskustelijat suhtautuivat asiaan huumorilla ja totesivat, ettei näin ole koskaan käynyt. Esimerkiksi teatteritilaisuudet oli koettu suhteellisen neutraaleina tilaisuuksina, joihin on esityksen jälkeen vain halutessaan voinut jäädä kuuntelemaan tietoa seurakunnan toiminnasta.

Sähköpostia ei pidetty niin hyvänä ja varmana tapana lähestyä verrattuna kirjeeseen. Arveltiin, että sähköposti on helppo poistaa ja jo otsikkokentässä oleva otsikko vaikuttaa siihen, että posti voi jäädä lukematta.

Tekstiviesti aiheutti ristiriitaisia tunteita. Keskustelija D ei kokenut häiritsevänä tai liian henkilökohtaisena tekstiviestien saamista, mutta keskustelija F koki tekstiviestin liian henkilökohtaisena ja kertoi, että jos saa kutsun johonkin, se olisi mukava saada painettuna.

7.2.2 Seurakunnan internet-sivut

Keskustelija D kertoi, ettei itse halua ottaa yhteyttä seurakuntaan ja etsiä tietoa tapahtumista internetin kautta, vaan toivoo seurakunnan ottavan häneen yhteyttä esimerkiksi tapahtumakutsuilla. Hän kertoi, ettei ole omassa elämässään kokenut ajankohtaiseksi mennä seurakunnan sivuille. Keskustelija F ei ollut käynyt seurakunnan sivuilla, ja keskustelija E oli käynyt sivuilla kerran, seurakunnan järjestämän teatteriesityksen jälkeen, mutta ei löytänyt sivuilta mitään, mikä olisi pitänyt hänet pidempään sivuilla.

Mun mielestä siinä iski heti se että ”Jumala tulee ja pelastaa ja tule meidän kanssa”. Et tuli vähän sellainen olo et eiks teil ole mitään sellasta mihin mä voisin tulla vaan mukaan. Ei haittaa että se Jumala on siinä mukana, mut siis se et se tuli niin voimallisena tavallaan. Mutta entisenä aktiivisena tuli sit sellainen olo, et ehkä mä meenkin tonne jonnekin toisille sivuille. (Keskustelija E.)

Keskustelija E ei kuitenkaan osannut selvästi kertoa, millaiset sivut olisivat vähemmän luotaantyöntävät.

Seurakunnan nettisivujen kehittämisehdotuksena esitettiin esimerkiksi keskustelupalstaa tai chat-palstaa. Keskustelufoorumia pidettiin hyvänä ajatuksena, koska siellä voisi anonyymisti keskustella ajankohtaisista asioista ja vaihtaa kokemuksia ihmisten kanssa. Keskustelupalsta mainittiin hyväksi myös tilanteessa, jossa haluaisi itse ottaa yhteyttä seurakuntaan esimerkiksi vaikeassa elämäntilanteessa.

Myös palstaa, jossa seurakunnan työntekijä vastaisi seurakuntalaisten kysymyksiin, pidettiin hyvänä. Kyselypalstaa pidettiin helppona tapana lähestyä esimerkiksi tilanteessa, jossa läheinen ihminen on kuollut tai kun pitää ottaa selvää siitä, miten tulee toimia kirkon kanssa, kun on menossa naimisiin. Sitä, että vastaajina olisi asiantuntijoita, pidettiin tärkeänä ja luottamusta herättävänä.

Esille nousivat myös seurakunnan työntekijöiden pitämät blogit. Eräs keskustelijoista kertoi, että lukisi blogia, jos sen pitäjä olisi ennestään tuttu, esimerkiksi lapsen kasteen kautta. Toinen kertoi voivansa harkita lukemista, jos esiin nousisi ristiriitoja. Kolmas keskustelija kertoi voivansa lukea blogia, jos teksti olisi mielenkiintoista ja mukaansatempaavaa.

Seurakunnan työntekijöiden yhteystietojen löytyminen internetistä koettiin tärkeäksi. Myös työntekijän kuvan näkyminen yhteystietojen yhteydessä koettiin hyvänä asiana. Työntekijä haluttiin nähdä vapaa-ajan vaatteissaan, eikä esimerkiksi papin virka-asussa. Myös työntekijän esittely koettiin tärkeäksi.

Tai perhetilanne vaik et, onko seitsemän lasta vai onko viäl niinku pa risuhteessa tai sit just joku tollanen pieni esittely. Niin sit jos on joku on gelma lasten kanssa tai ongelmia jonkun kanssa, niin sit tietää että on vähän samassa elämäntilanteessa kuin mä. (Keskustelija E.)

Lisäksi esiin nousi se, että näkyvillä voisi olla työntekijän ikä ja paikkakunta, josta tämä on alun perin kotoisin. Samankaltaisen taustan koettiin helpottavan yhteydenottoa vai keissa elämäntilanteissa.

7.2.3 Seurakunnan näkyminen julkisissa tiloissa

Keskustelijat suhtautuivat eri tavoin siihen, että seurakunnan työntekijä tai pappi lähestyi heitä kadulla tai julkisissa tiloissa. Keskustelija D totesi haluavansa itse lähestyä ja vetosi suomalaisiin luonteenpiireisiinsä. Papit baanalla -tapahtumasta keskustelijat kertoivat kuulleensa pelkkää hyvää ja pitivät hyvänä asiana sitä, että papit lähestyvät tavallisia ihmisiä, eikä aina tarvitse lähteä kirkkoon tavatakseen papin. Lisäksi tapaamisesta voi aina kieltäytyä eikä keskusteluun tarvitse lähteä mukaan.

Keskustelusta nousi esiin myös se, miten niin sanotun Jumalan sanan levittäminen tulee joskus liikaa esiin tapahtumissa. Keskustelijat toivoivat arkisempaa ja ihmisläheisempää lähestymistapaa, joka koskettaisi enemmän seurakuntalaisten omaa elämää.

Keskustelijat kertoivat tunnistavansa seurakunnan kirkkoherran Jouni Lehikoisen, toiset nimeltä, toiset myös ulkonäöltä.

7.2.4 Toiminnasta tiedottaminen

Uusia ideoita, joita keskustelussa nousi esiin, olivat kadunvarsi-ilmoittelu ja bussin mainostelevisiot. Keskustelija F ehdotti ilmoittelua tulevista tapahtumista asuinlähiön

”keskuksessa” esimerkiksi puhelintolppiin kiinnitettyinä. Keskustelija D mainitsi linja-autojen televisiotaulut mahdollisena mainospaikkana. Se toisaalta tavoittaisi, mutta keskustelija koki kyseisen mainostamistavan myös ärsyttävänä.

Koulujen ilmoitustaulut saivat jonkin verran myönteistä palautetta, tosin keskustelija D totesi, etteivät ne ainakaan häntä tavoittaisi. Keskustelija E toivoi ilmoituksia korkeakoulujen lisäksi myös ammattikouluihin, sillä ammattikouluissa opiskelee nuorten lisäksi myös paljon nuoria aikuisia.

Samalla esiin nousi myös seurakunnan toiminnasta tiedottaminen esimerkiksi yliopiston lukukauden aloitustilaisuuksissa. Keskustelijat pitivät hyvänä, että mukana olisi ihmisiä monesta eri seurakunnasta. Keskustelijat totesivat myös, ettei seurakunnan tapahtumaan välttämättä lähde yksin, joten koulukaverin kanssa tapahtumaan voisi lähteä yhdessä.

7.2.5 Seurakunta sosiaalisessa mediassa

Kaikki keskustelijat kuuluivat Facebookiin, mutta keskustelun edetessä kävi ilmi, ettei kukaan heistä liittyisi Mikaelinseurakunnan ryhmään, jos sellainen olisi olemassa. Facebookiin suhtauduttiin varauksella, mutta sen olemassaolo tiedonvälityksessä koettiin hyväksi. Keskustelija D mainitsi Facebookissa olevan uskottavuusongelman, koska kuka tahansa voi esiintyä siellä millä nimellä tahansa. Toisaalta Facebook koettiin hyvänä yhteisöllisyyden lisäämisen välineenä, joka vaatii käyttäjältään medialukutaitoa. Sitä uskottiin kohderyhmästä, eli nuorista aikuisista löytyvän. Facebook-ryhmän perustamista kannatettiin, jos se olisi kaikille avoin, koska siihen liittymisen voisi itse vapaasti valita. Facebook-ryhmä koettiin suurimmaksi osaksi positiivisena asiana, mutta keskustelijat eivät itse liittyisi ryhmään.

7.2.6 Seurakunnan ilmaisjakelulehti Mikaelilainen

Kaksi keskustelijoista oli huomannut syksyllä 2008 ilmestyneen lehden ja lukenut sen läpi. Kolmas ei ollut huomioinut lehteä. Keskustelijat ehdottivat, että lehdessä voisi olla juttuja nuorten harrastuksista, seurakunnan tapahtumista ja henkilökuvia. Nuorille ajankohtaisista aiheista, kuten häistä, kasteesta ja kummiudesta toivottiin juttuja. Myös seksuaalivähemmistöt ja naispappeus nousivat esiin aihepiireistä puhuttaessa. Seurakunnan

toivottiin ottavan omassa lehdessään kantaa esillä oleviin arkoihin asioihin. Lisäksi toivottiin, että seurakunta nostaisi esille esimerkiksi avioliitosta eroamisen. Se koettiin vaikeana aiheena, koska Jumalan silmien edessä on lupautunut toiselle, eikä liitto pidäkään. Toivottiin, että seurakunta toisi asian esiin siinä valossa, ettei eroaminen ole niin tuomittava asia. Keskustelussa nousi esiin idea seurakunnan työntekijöistä kertovasta jutusta. Se herätti mielenkiintoa ja uusia ideoita.

Tai mitä joku diakonissa tekee, se kuulostaa ihan vaan --(Keskustelija F.)

Tai joku diakonityö. Se olis tosi mielenkiintoista lukea kuin paljon ne oikeesti auttaa ihmisiä. (Keskustelija E.)

Siinäkin, jos mietitään sitä, että halutaan enempi lukijoita, vois ottaa sillai tyyliin viihteellisen näkökulman, sama idea kuin tämä et esitellään ihmisiä, tyyliin myytinmurto näkökulman, vaiks joku, no kuka tahansa kirkon työntekijä, se stereotypia vastaan se todellisuus. (Keskustelija D.)

8 TUOTEOSA: SEURAKUNTALEHTI MIKAELILAINEN

Toteutimme opinnäytetyömme tuoteosana Mikaelinseurakunnan seurakuntalehti Mikaelilaisen, joka julkaistiin marraskuussa vuonna 2009. Lehti on 20-sivuinen ja tabloid-kokoinen, ja se jaettiin ilmaisjakeluna kaikkiin seurakunnan alueen talouksiin. Me vastasimme kokonaisuudessaan lehden suunnittelusta ja juttujen kirjoittamisesta sekä valokuvaamisesta. Lehden taittamisesta vastasi Diakonia-ammattikorkeakoulun Turun toimipaikan viestinnän opiskelija Heidi Tuomola. Saimme kuitenkin toimittajina ja tuottajina vaikuttaa myös lehden taitollisiin ratkaisuihin.

Lehden kohderyhmänä olivat seurakunnan nuoret aikuiset. Ideoimme osan jutuista juuri kohderyhmää ajatellen, samalla käytimme kuitenkin hyödyksi tutkimuksessa saatuja tuloksia. Kyselytutkimuksessa ja ryhmähaastatteluissa esiin nousseista ideoista lehteen valitsimme seurakunnan jääkiekkjoukkueesta kertovan jutun, jutun kummiudesta ja sen merkityksestä sekä häistä ja naimisiinmenosta kertovan kokonaisuuden. Nämä ovat aiheita, jotka koskettavat nuoria aikuisia ja heidän elämäntilanteitaan. Lehden kansikuvaksi valitsimme pienen lapsen, ja hän on vuoden 2009 ensimmäinen Mikaelinseurakunnan jäsen. Juttu hänen ensimmäisestä vuodestaan löytyy lehden sisäsivuilta, joten myös tämä aihe on lähellä kohderyhmän omia elämäntilanteita.

Lehden muiksi aiheiksi valitsimme muun muassa seurakunnan iltapäiväkerhon ja muun lapsille suunnatun toiminnan, henkilökuvan eläkkeelle jäävästä papista Pentti Kokosta sekä jutun rippirivistä ja sen historiasta. Vuoden 2008 Mikaelilaisessa aloitettu työntekijöistä kertova sarja sai myös jatkoa, ja esittelimme vuoden 2009 lehdessä seurakuntapastori Piia Klemin. Lisäksi teimme lehteen muutaman jutun syksyn aikana järjestetyistä tapahtumista. Gallupin kohderyhmäksi valitsimme nuoret aikuiset ja kysyimme heiltä, minkälaista toimintaa he toivoisivat seurakunnan järjestävän.

Lehden kolumnisteiksi valitsimme kaksi nuorta naista, ja he molemmat kuuluvat Mikaelinseurakuntaan. Halusimme, että ensi kertaa kolumnejaan kirjoittavien nuorten tekstit olisivat heidän itsensä näköisiä, joten he saivat vapaat kädet aiheiden ideoinnissa. Teimme joitakin täsmennyksiä ja korjauksia heidän kirjoittamiinsa teksteihin, mutta kuten tarkoitus oli, ovat kolumnit heidän oma tuotoksensa ja todennäköisesti myös kohderyhmää kiinnostavia.

Ideoimme joitakin lehden aiheita myös yhteistyössä Mikaelinseurakunnan kirkkoherra Jouni Lehikoisen ja viestintävastaava Timo Hantun kanssa. Heiltä tuli muun muassa ideoita lehden niin sanotulle uutis-sivulle, jonka nimi on *Mikaelin maininkeja*. Saimme kuitenkin päättää lehteen kirjoitettavista aiheista melko pitkälle itsenäisesti. Ideapalaveri Lehikoisen ja Hantun kanssa pidettiin kesällä, kun päätös lehden tekemisestä oli varmistunut. Lehteen tulevat jutut tehtiin varsinaisesti kesän ja syksyn 2009 aikana. Lehden pääkirjoituksen tekemisestä vastasi Jouni Lehikoinen, ja tapahtumakalenterin tiedot keräsi Timo Hanttu. Yhdessä jutussa käytimme Mikaelinseurakunnan vapaaehtoistyöntekijöiden Riitta Tunturin ja Uolevi Salosen vuosien varrella ottamia valokuvia.

9 EHDOTUKSET MIKAELINSEURAKUNNAN VIESTINNÄN KEHITTÄMISEKSI

Tutkielmamme mukaan Mikaelinseurakunnan alueella asuvat ja kirkkoon kuuluvat nuoret aikuiset pitävät seurakunnan viestintää tärkeänä. Seurakunnan kannattaa tulevaisuudessa panostaa postitse kotiin lähetettäviin kirjeisiin ja kutsuihin. Niitä pidetään hyvänä, luotettavana ja henkilökohtaisena keinona nuorten aikuisten tavoittamiseen. Seurakunta on lähestynyt nuoria aikuisia Tervetuloa seurakuntaan -kirjeellä seurakuntaan liittymisen jälkeen, ja tutkimukseen osallistuneet pitivät tätä positiivisena asiana, kuten myös kirjeen mukana tullutta kutsua esimerkiksi jääkiekko-otteluun. Ottelun rinnalle voisi kehittää myös vaihtoehtoisia tapahtumia tervetulleeksi toivottamiseen esimerkiksi kulttuurin saralla. Tästä esimerkkinä voisivat olla kutsut taidenäyttelyihin tai elokuviin.

Kirjeen ulkoasuun kannattaa tulevaisuudessa kiinnittää huomioita ja pohtia, miten siitä saisi enemmän nuoria kiinnostavan. Kiinnostavuutta voisi luoda esimerkiksi väreillä ja erilaisella taitolla sen sijaan, että se on vain allekirjoitettu kirje. Tervetuloa seurakuntaan -kirjeen mukaan kannattaa liittää tietoa seurakunnan ajankohtaisista nuorille suunnatuista tapahtumista ja toiminnasta seurakunnassa, kuten nami-toiminnasta. Nuoria kannattaa lähestyä kirjeitse myös sen jälkeen, kun he ovat liittyneet seurakuntaan esimerkiksi lähettämällä esitteen seurakunnan ajankohtaisista tapahtumista. Tällaisen kirjeen voisi lähettää jokaiselle nuorelle aikuiselle esimerkiksi puolen vuoden välein. Yksi keino nuorten aikuisten tavoittamiseen on myös sähköposti. Jäsenten sähköpostiosoitteita voisi alkaa kerätä postit esimerkiksi nuorille aikuisille suunnattujen tapahtumien yhteydessä. Jos sähköpostien lähettämiseen päädytään, on muistettava kysyä lupa markkinointiin. Yksi vaihtoehto on myös postituslista, jolle voi itse liittyä ja näin saada tietoa toiminnasta. Jottei viestejä mielletäisi roskapostiksi, tulee viestin otsikointi ja sisältö harkita tarkasti ennen lähettämistä.

Nuoret aikuiset eivät välttämättä aina halua, että seurakunta tuo tietyn informaation heidän luokseen, vaan he haluavat itse löytää tarvitsemansa tiedon. Tähän hyvä kanava on seurakunnan omat internetsivut. Tutkimukseen osallistuneet kokivat internetsivut tärkeäksi paikaksi tiedon etsimisen kannalta. Verkkosivuista vastaavalta henkilöltä kaivattiin asiantuntemusta ja aikaa paneutua kunnolla tehtäväänsä, sillä nuorten mukaan huolimattomuus tekeminen näkyy verkossa helposti. Verkkosivuja kannattaa kehittää selkeiksi ja tehdä asiat siellä helposti löydettäviksi. Kesällä 2009 Mikaelinseurakunnan varsinaisten

verkkosivujen rinnalle lanseerattu vuorovaikutteinen internetsivusto *www.mikaelilainen.fi* näyttää nyt erilliseltä kokonaisuudelta. Pääsivulta löytyvä linkki vie helposti vuorovaikutteiselle sivustolle, mutta linkin yhteyteen kannattaisi lisätä muutamilla sanoilla tarkempi maininta siitä, mitä vuorovaikutteisilta sivuilta löytyy ja miksi sinne kannattaa poiketa.

Seurakunnan omilta internetsivuilta tulisi helposti löytyä tietoa ajankohtaisista tapahtumista mutta myös seurakunnan työntekijöistä. Seurakunnan työntekijät ovat seurakunnan ”kasvot”, jotka ovat mukana ihmisten kohtaamisessa. Heitä kannattaisi verkkosivujen avulla nostaa enemmän esiin. Työntekijän yhteystietojen lisäksi mielenkiintoa ja tunnettavuutta toisi henkilön kasvokuva. Kuvien tulisi olla yhdenmukaisia toisiinsa nähden ja niitä otettaessa tulisi myös miettiä, onko työntekijä työvaatteissaan vai siviiliasussa. Kuvien ja yhteystietojen lisäksi jokaisesta työntekijästä voisi olla esillä ikä, kotipaikkakunta ja lyhyt henkilökohtainen esittely. Tämä taustoittaisi henkilön elämäkokemusta ja tämänhetkistä elämäntilannetta, mikä tekisi työntekijän lähestymisen helpommaksi. Konkreettisenä esimerkkinä voisi olla työntekijän kokemus avioero tai kertominen lapsiperheen arjesta, joka voisi käydä ilmi työntekijän esittelystä. Yllämainitut arkiset asiat inhimillistäisivät kirkon työntekijöitä, mutta esimerkiksi avioerosta tai muusta arasta asiasta kertominen saatetaan kokea työntekijöiden keskuudessa ahdistavaksi. Asiasta tulee keskustella työntekijöiden kanssa ja miettiä yhdessä mitä he ovat valmiita kertomaan itsestään.

Kirkon työntekijöiden, varsinkin pappien ja nuorisotyöntekijöiden, tuominen lähemmäs seurakuntalaista on tutkimukseen osallistuneiden henkilöiden mielestä tärkeää. Tämä onnistuisi esimerkiksi verkkosivuilla olevien blogien kautta. Mielenkiintoiseksi koettiin esimerkiksi pappien työssään ja arjessaan kohtaamat asiat. Nuoret ovat tottuneet liikumaan verkossa ja usein hakevat ratkaisuja esiin nouseviin henkilökohtaisiin asioihinsa verkkosivuilta. Seurakunnan verkkosivuilla käytössä oleva keskustelufoorumi tai chat-palsta, jolle olisi sovittu henkilökunnan kesken päivystysvuorot tiettyinä aikoina viikosta, voisivat vastata tähän tarpeeseen. Nyt pappeja pääsee tapaamaan Turun ja Kaarinan seurakuntayhtymässä henkilökohtaisesti, mutta näiden päivystysvuorojen rinnalla voisi toimia myös niin sanottu verkkopäivystys.

Yksi keino tuoda seurakuntaa ja sen työntekijöitä lähemmäs seurakuntalaisia on sosiaalisten medioiden hyödyntäminen. Facebook nousi esiin keinona, joka kannattaa hyödyntää, mutta samalla siihen on suhtauduttava varauksella. Se ei saa olla ainoa kanava tiedonvälitykselle tietystä tapahtumasta, ja esimerkiksi seurakuntaan liittyvän ryhmän tulisi olla kaikille avoin. Tutkimuksen tekemisen aikana (keväällä 2009) Mikaelinseurakunnalla ei ollut omaa Facebook-ryhmää, mutta loppukesästä 2009 ryhmä perustettiin. Ryhmään liittyminen saattaa olla nuorelle aikuiselle kannanotto itselle tärkeän asian puolesta sen sijaan, että ryhmästä niinkään etsitään tietoja esimerkiksi tapahtumista. Tarpeeksi usein päivitettynä se toimii kuitenkin hyvänä tiedonvälityksen alustana varsinkin nuorille aikuisille, joille sosiaaliset mediat ovat tuttuja.

Tapahtumat, kuten Linnateatterin kanssa yhteistyössä järjestetyt kutsunäytökset ja Papit baanalla -tempaukset, saivat tutkimuksessamme positiivista palautetta. Kirkon työntekijöiden jalkautumista kansan pariin pidettiin hyvänä asiana ja esimerkiksi Linnateatteria neutraalina ja helppona paikkana astua mukaan seurakunnan toimintaan. Yhtenä ehdotuksena sille, miten seurakunnan toiminta saataisiin paremmin nuorten aikuisten tietoisuuteen, oli korkeakoulujen lukukauden aloitustempauksissa mukana oleminen. Erityisesti seurakunnan pappeja toivottiin tilaisuuksiin näkyvästi esille. Tapahtumien järjestämistä kannattaa jatkaa ja kehittää edelleen. Erityisen kiinnostuneita nuoret aikuiset ovat musiikkitapahtumista, joten tätä tietoa kannattaa hyödyntää nuorille järjestettävien tapahtumien suunnittelussa. Tapahtumat, joihin seurakunta on lähettänyt kutsuja, tunnettiin hyvin verrattuna seurakunnan järjestämään säännölliseen toimintaan. Yksi syy tähän on se, että esimerkiksi järjestettävien tapahtumailtojen nimet saattavat olla vaikeasti ymmärrettäviä tai harhaanjohtavia. Tästä esimerkkinä nousi esiin Vaimoilta, joka koettiin nimensä takia jopa negatiivisena. Kurssien ja tapahtumien nimeämiseen kannattaa kiinnittää huomiota, jotta niistä tulisi helpommin lähestyttäviä ja mielenkiintoisen kuuloisia. Myös koulujen ilmoitustauluja kannattaisi hyödyntää juuri tähän kohderyhmään kohdistuvalla ilmoittelulla.

Kirkkoherra Jouni Lehikoinen nousi esiin tutkimuksen yhteydessä tavallaan seurakunnan kasvoina. Lehikoinen on ollut esillä muun muassa maahanmuuttajia koskevia aiheita käsittelevissä medioissa sekä paikallisesti, että valtakunnallisesti. Lehikoinen omalla persoonallaan ja karismallaan on luonut seurakunnalle henkeä ja tehnyt sitä tunnetumaksi myös nuorten aikuisten joukossa. Tämän kaltaisella henkilöitymisellä on sekä

hyvät, että huonot puolensa. Henkilö saatetaan kokea myös ärsyttävänä, jos hän esiintyy liikaa julkisuudessa ja sinänsä positiivinen medianäkyvyys kääntyy itseään vastaan. Tämä asia ei kuitenkaan noussut tutkimuksessa esiin, mutta asiaan kannattaa tulevaisuudessa kiinnittää huomiota. Esimerkiksi nuorten aikuisten tapauksessa voisi pohtia voiko vastuuta jakaa enemmän nuoremmille papeille, jotta he pääsevät enemmän esiin ja tuovat näin tuoreutta seurakuntaan.

LÄHTEET

Aineistolähteet

Hanttu, Timo. Mikaelinseurakunnan viestintävastaava. Henkilökohtainen tiedonanto. Sähköpostiviesti 8.10.2009. Vastaanottaja Vivi Wihanto. Vastaanottajan hallussa.

Heino, Paula. Turun ja Kaarinan seurakuntayhtymän tiedotuspäällikkö. Henkilökohtainen tiedonanto, haastattelu 16.10.2009.

Honkasalo, Tiinakaisa. Kirkon tiedotuskeskuksen viestintäsuunnittelija. Henkilökohtainen tiedonanto, puhelinhaastattelu 6.10.2009.

Kyselylomakkeisiin vastanneet Mikaelinseurakunnan nuoret aikuiset. Henkilökohtaiset tiedonannot.

Lehikoinen, Jouni. Mikaelinseurakunnan kirkkoherra. Henkilökohtainen tiedonanto, puhelinhaastattelu 22.10.2009.

Mäkelä, Sari. Turun ja Kaarinan seurakuntayhtymän keskusrekisterin toimistosihteeri. Henkilökohtainen tiedonanto. Sähköpostiviesti 6.10.2009. Vastaanottaja Vivi Wihanto. Vastaanottajan hallussa.

Mäkinen, Marja. Turun ja Kaarinan seurakuntayhtymän keskusrekisterin hoitaja. Henkilökohtainen tiedonanto, puhelinhaastattelu 6.10.2009.

Ryhmähaastattelut Kellariravintolassa Turussa 1.4. ja 2.4.2009. Osallistujien henkilökohtaiset tiedonannot.

Kirjallisuus

Hallia, Jouko 2004. Monena nainen eläessään, Diplomiekonomi Lisa Ahlblad 1916–2004. Kirkko ja Me -lehti 5/2004.

Halme, Lasse; Mikkola, Teija; Niemelä, Kati & Petterson, Juha 2006. Johdanto. Teoksessa Mikkola Teija, Niemelä Kati & Petterson Juha (toim.) *Urbaani usko – Nuoret aikuiset, usko ja kirkko*. Kirkon tutkimuskeskuksen julkaisuja 96. Tampere: Kirkon tutkimuskeskus, 6–11.

Juholin, Elisa 2001. *Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön*. Helsinki: Inforviestintä.

Kortejärvi-Nurmi, Sirkka, Kuronen, Marja-Liisa & Ollikainen, Marja 2005. *Yrityksen viestintä*. Helsinki: Edita.

Kääriäinen Kimmo, Niemelä Kati & Ketola Kimmo 2003. *Moderni kirkkokansa. Suomalaisen uskonnollisuus uudella vuosituhatluvalla*. Kirkon tutkimuskeskuksen julkaisuja 82. Tampere: Kirkon tutkimuskeskus.

Lehikoinen, Taisto 2006. *Median Valtakunta*. Keuruu: Aikamedia Oy.

Lehikoinen, Taisto 2003. *Religious Media Theory: Understanding Mediated Faith and Christian Applications of Modern Media*. Jyväskylän yliopisto: Jyväskylä Studies in Humanities 4. Väitöskirja.

Majamäki, Hannu 2006. Nuoret aikuiset ja kirkko – mahdollinen yhtälö? Teoksessa Mikkola, Teija, Niemelä Kati & Petterson Juha (toim.) *Urbaani usko – Nuoret aikuiset, usko ja kirkko*. Kirkon tutkimuskeskuksen julkaisuja 96. Tampere: Kirkon tutkimuskeskus, 332–341.

Mikaelinseurakunnan vuosikertomus 2008, 2009. Hanttu Timo ja Katriina Helala (toim.). Turku: Turun ja Kaarinan seurakuntayhtymä.

Mikkola, Teija 2006. Jäsenyyden rajalla – Mikä kirkossa vieraannuttaa? Mikä vetoaa? Teoksessa Mikkola, Teija, Niemelä, Kati & Petterson Juha (toim.) *Urbaani usko – Nuoret aikuiset, usko ja kirkko*. Kirkon tutkimuskeskuksen julkaisuja 96. Tampere: Kirkon tutkimuskeskus, 192–249.

Mustonen, Minna 2008. Kristillisten yhteisöjen viestintä. Käytännön toimijoiden näkemyksiä kristillisen yhteisöviestinnän haasteista ja koulutustarpeista. Diakonia-ammattikorkeakoulu. Turun toimipaikka. Medianomin opinnäytetyö.

Niemelä, Kati 2006. Nuorten aikuisten suhde kirkkoon. Teoksessa Mikkola, Teija, Niemelä Kati & Pettersson Juha (toim.) *Urbaani usko – Nuoret aikuiset, usko ja kirkko*. Kirkon tutkimuskeskuksen julkaisuja 96. Tampere: Kirkon tutkimuskeskus, 43–82.

Raamattu. Suomen evankelis-luterilaisen kirkon kirkolliskokouksen vuonna 1992 käyttöön ottama suomennos. Jyväskylä: Genesis-kirjat.

Siukosaari, Anssi 1999. Yhteisöviestinnän opas. Helsinki: Tietosanoma.

Vuoropuhelun kirkko 2004. Suomen ev.lut. kirkon viestintästrategia 2004–2010. Helsinki: Kirkkohallitus.

Elektroniset lähteet

Facebook, Mikaelinseurakunnan ryhmä. Viitattu 21.10.2009.
<http://www.facebook.com/group.php?gid=113147154582&ref=nf>

Kirkko ja nuoret aikuiset -sivusto. Suomen evankelis-luterilainen kirkko. Viitattu 14.9.2009. <http://evl.fi/nuoriaikuinen.nsf/sp2?Open&cid=content34DB5F>

Kirkon tiedotuskeskus. Välitä viestiä! Tietopaketti seurakuntasi viestinnän tueksi -sivusto. Viitattu 9.9.2009. <http://www.evl.fi/vv/suunnittelu/viestintastrategia.htm>

Kirkon tutkimuskeskus. Uutiset. Kirkkoon kuuluu 80,7 prosenttia suomalaisista. Viitattu 14.9.2009.
<http://evl.fi/EVLUutiset.nsf/Documents/0DCC039A551C3C6CC22575320038BE6F?OpenDocument&lang=FI>

Kirkon viestintäammattilaiset, työtehtävät ja vaatimustasot pdf-sivu. Viitattu 22.10.2009.

<http://www.taj.fi/@Bin/142687/tyotehtavat+ja+vaativuustasot+raportti.pdf>

Mikaelilainen.fi. Mikaelinseurakunnan vuorovaikutteinen verkkoseurakunta. Blogit.

Mikaelilainen.fi-palvelu avataan 1.7.2009. Viitattu 3.9.2009.

http://mikaelilainen.blogspot.com/2009_06_01_archive.html

Mikaelinseurakunnan nuorten aikuisten verkkosivu. Nami – nuoret aikuiset Mikaelissa. Viitattu 22.10.2009.

<http://www.mangusti.com/nami/MangustiWebPublisher?cmd=login&username=guest&password=guest&login=Login>

Turun ja Kaarinan seurakuntayhtymän verkkosivu. Viitattu 10.10.2009.

http://www.turunsk.fi/portal/fi/ota_yhteytta/tiedotustoimisto/

Julkaisemattomat lähteet

Kamppinen, Matti. Dosentti, uskontotieteen tohtori, Uskontotieteen laitos, Turun yliopisto. Luento, Kirkon viestintäpäivät 17.9.2009.

LIITE 1

Turun ja Kaarinan seurakuntayhtymän viestintästrategia vuoteen 2012

Viestinnän neljä perusarvoa

Pyhän kunnioitus

- kunnioitamme pyhää kolmiyhteistä Jumalaa
- tunnistamme pyhyiden kaipauksen

Vastuullisuus ihmisistä ja luonnosta

- käytämme luomakunnan voimavaroja vastuullisesti
- tavoittelemme kohtuullisuutta elämäntavoissa
- annamme tilaa elämän kirjolle

Oikeudenmukaisuus

- kunnioitamme ihmisen itseisarvoa
- puolustamme heikkojen ja syrjäytettyjen oikeuksia

Totuudellisuus

- puhumme rohkeasti Jumalasta ja ihmisten arjesta
- kerromme avoimesti ja rehellisesti kirkon toiminnasta ja hallinnosta

Seurakuntayhtymän viestintä

- * ...on läsnä turkulaisten ja kaarinalaisten elämässä
- * ...vahvistaa työyhteisön sisäistä yhteisöllisyyttä
- * ...toimii ihmisten arkeen soveltuvalla tavalla
- * ...tuo näkyväksi tuen saamisen mahdollisuuden
- * ...kohtaa ihmisen kasvokkain ja eri välineiden kautta
- * ...on ihmisten keskellä myös verkkoyhteisöissä
- * ...tuntee kulloisenkin kohderyhmänsä maailman muuttuessa
- * ...tukee kristillisen identiteetin rakentumista nykykulttuurissa
- * ...puhuu tämän päivän kieltä

Strategiakauden painotukset

- * otetaan aktiivisesti käyttöön uusia verkkoviestinnän välineitä
- * vahvistetaan viestinnän visuaalisuutta ja samansuuntaisuutta
- * vahvistetaan suoria kontakteja Turussa ja Kaarinassa asuviin
- * tehdään rohkeasti painotusvalintoja sisällöistä, muodoista, kanavista ja kohteista
- * edesautetaan viestinnän keinoin sisäistä keskustelua työntekijöiden ja työyhteisöjen välillä
- * tuodaan kirkkovuotta esille viestinnässä

Viestinnän ydinviesti:

- Tuemme vuorovaikutusta.

Turun ja Kaarinan seurakuntayhtymän viestintästrategia nojautuu luterilaisen kirkon
Meidän kirkko – Osallisuuden yhteisö -strategiaan.

LIITE 2

Hei,

Opiskelemme viestintää Diakonia-ammattikorkeakoulussa ja teemme opinnäytetyönämme tutkimusta Mikaelinseurakunnan nuorille aikuisille suunnatusta viestinnästä. Pyydämme, että ystävällisesti vastaisit oheiseen kyselyyn.

Osallistumalla kyselyyn ja palauttamalla täytetyn kyselylomakkeen vastauskuoressa 31.1.2009 mennessä saat paluupostissa elokuvalipun. Myöhemmin keväällä syvennämme kyselyn tuottamaa tietoa järjestämällä kaksi pienryhmäkeskustelua aiheesta. Voit ilmoittaa lomakkeen lopussa, mikäli olet kiinnostunut osallistumaan keskusteluun.

Kyselyn vastaukset käsitellään täysin anonyymisti, eli kyselyn lopussa mahdollisesti ilmoittamasi yhteystiedot poistetaan kyselyn vastausten yhteydestä.

Kiitos mielenkiinnostasi, vastauksesi on meille tärkeä.

Vivi Wihanto ja Lotta Numminen
vivi.wihanto@student.diak.fi, 040-7627 533
lotta.numminen@student.diak.fi, 040-5303 651

Diakonia-ammattikorkeakoulu
Turun toimipaikka

Ohje: Monivalintakysymyksissä (1 ja 7–10) rastita näkemystäsi parhaiten vastaava vastausvaihtoehto tai vastausvaihtoehdot (voit valita useita vastausvaihtoehtoja). Avokysymyksissä (2–3) kirjoita vastauksesi sille varattuun tilaan. Asteikollisissa kysymyksissä (4–5) rengasta näkemystäsi parhaiten vastaava vastausvaihtoehto (vain yksi).

Sukupuoli

nainen —
mies —

Ikä

alle 25 —
26–30 —

1. Miten Mikaelinseurakunnan tulisi mielestäsi lähestyä nuoria aikuisia?

Seurakunnan omissa tapahtumissa —
Seurakunnan verkkosivujen välityksellä —
Postitse kutsumalla tapahtumiin —
Tulemalla nuorten luo esimerkiksi
ravintoloihin ja jalkautumalla kadulle —
Nuorille aikuisille suunnatun oman
lehden välityksellä —
Muuten, miten? _____

2. Millainen on mielestäsi Mikaelinseurakunnan julkisuuskuva?

3. Miten voisi parhaiten välittää tietoa Mikaelinseurakunnan toiminnasta nuorille aikuisille?

4. Millaisena koet kirkon roolin elämässäsi?

5	4	3	2	1
erittäin	melko	en osaa	ei kovin	ei lainkaan
tärkeä	tärkeä	sanoa	tärkeä	tärkeä

5. Miten aktiivinen seurakuntalainen olet?

5	4	3	2	1
erittäin	melko	en osaa	en kovin	en lainkaan
aktiivinen	aktiivinen	sanoa	aktiivinen	aktiivinen

6. Miten Mikaelinseurakunta on mielestäsi onnistunut tavoittamaan nuoret aikuiset?

5	4	3	2	1
erittäin	melko	en osaa	ei kovin	ei lainkaan
hyvin	hyvin	sanoa	hyvin	hyvin

7. Miten tärkeää viestintä on mielestäsi Mikaelinseurakunnalle?

5	4	3	2	1
erittäin	melko	en osaa	ei kovin	ei lainkaan
tärkeää	tärkeää	sanoa	tärkeää	tärkeää

8. Mitä kautta olet saanut tietoa Mikaelinseurakunnasta ja sen toiminnasta?

Seurakunnan lehdestä	—
Muun median kautta	—
Seurakunnan verkkosivuilta	—
Seurakunnan tapahtumissa	—
Ystäviltä	—
Muuta kautta, mitä? _____	—

9. Mikä Mikaelinseurakunnan toiminta kiinnostaa sinua?

Nuorille suunnatut tapahtumat	—
Jumalanpalvelukset	—
Kirkolliset toimitukset/juhlat	—
Musiikkitapahtumat	—
Vapaaehtoistoiminta	—
Kerhot ja leirit	—
Muu, mikä? _____	—

10. Mistä aihepiireistä haluaisit lukea juttuja Mikaelinseurakunnan lehdestä?

Seurakunnan tapahtumat	—
Seurakunnan toiminta	—
Uskonto ja uskon asiat	—
Seurakunnan työntekijät	—
Ajankohtaiset ilmiöt	—
Nuorten aiheet	—
Muu, mikä? _____	—
_____	—

11. Terveisiä tai toiveita Mikaelinseurakunnalle.

 Minuun saa ottaa yhteyttä paneelikeskusteluun osallistumista varten. __

Haluan että minulle lähetetään postitise elokuvalippu. __

Nimi: _____

Osoite: _____

Puhelinnumero: _____